



“Crown Pet Plaza Hotel Premium para Mascotas”
Parte II

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

Alumno: Cristian Solar Barra
Profesor Guía: Claudio Dufeu Senociain

Antofagasta, Marzo 2024

Tabla de contenido

Resumen Ejecutivo	3
I. Oportunidad de Negocio	4
II. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes	5
III. Descripción de la Empresa y Propuesta de Valor	6
IV. Plan de Marketing	6
V. Plan de Operaciones	8
5.1. Estrategia, Alcance y Tamaño de las Operaciones	8
5.2. Flujo de Operaciones	8
5.3. Plan de Desarrollo e Implementación	11
5.4. Dotación.....	13
VI. Equipo del Proyecto	14
6.1. Equipo Gestor	14
6.2. Estructura Organizacional	15
6.3. Incentivos y Compensaciones	16
VII. Plan Financiero	16
7.1. Tasa de Descuento	18
7.2. Flujo de Caja.....	18
7.2.1. Flujo de Caja Puro con Perpetuidad crecientes para un hotel (<i>stand alone</i>).....	19
7.2.2. Estados Financieros para Flujo Puro a Perpetuidad para un hotel (<i>stand alone</i>)	20
7.2.3. Flujo de Caja Puro con Perpetuidad creciente para la cadena de hoteles (4 hoteles)	22
7.2.4. Estados Financieros para Flujo Puro a Perpetuidad para la cadena de hoteles (4 hoteles)	23
7.3. Análisis de Sensibilidad.....	25
VIII. Riesgos Críticos	27
IX. Propuesta Inversionista	28
X. Conclusiones	30
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	31
ANEXOS	32

Resumen Ejecutivo

Actualmente en Chile y en el mundo se tiene una oportunidad de mercado en desarrollo creciente relacionada al cuidado de las mascotas. Las ideas de tenencia responsable y de considerarlas como un miembro más de las familias toman fuerza al momento de escoger servicios de mejores prestaciones, de calidad o más bien *premium*, para el cuidado de los peludos amigos.

En el presente informe se elabora un plan de negocios en donde se estudia el desarrollo de una cadena de hoteles de mascotas, específicamente perros, de tipo *premium* en cuatro localidades del país (Antofagasta, La Serena-Coquimbo, Concepción-Talcahuano y Valparaíso-Viña del Mar), las que cuentan con mayor población objetivo y de clase social media-alta a alta de acuerdo a segmentación socio económica nacional (Segmentos AB C1A C1B y C2). La idea es contar con instalaciones del mismo estándar en cada localidad para que los clientes tengan el mismo tipo de servicio en cada hotel donde quieran hospedar a sus mascotas

El tamaño de mercado para la implementación de la cadena asciende a la suma de CLP \$3.745.643.672 el cual se obtuvo a través de una encuesta realizada en 154 hogares más estudios relacionados a la materia y tiene objetivos de crecimiento de un 3% por año así como la apertura de un hotel por año, los cuales tendrán capacidad de 50 caniles. Se proyectan ingresos por venta de CLP \$9.697.038.395 al cabo de 8 años con una inversión inicial de CLP \$360.628.941 en 4 años.

Respecto al estudio financiero se observa que al cabo de 8 años de desarrollo del proyecto, la cadena de hoteles **Crown Pet Plaza**, obtiene un VAN de CLP \$1.421.360.352 con una rentabilidad de 55,6% acompañado de un *payback* de 5 años y ROE, ROA y ROI de 16%, 23% y 35% respectivamente. Todo el estudio se realiza a una tasa de descuento de un 17,8%.

El proyecto requiere la inversión de CLP \$360.628.941 y como propuesta para los inversionistas se ofrecerá un 15% de propiedad por los primeros CLP \$101.862.845 como primera ronda para la construcción del primer hotel. El segundo levantamiento de capital consistirá en recaudar la suma de CLP \$90.109.288 en donde se ofrece un 15% de propiedad adicional. Finalmente, la tercera ronda necesitara levantar un total de CLP \$24.405.231 por el 10% de propiedad y el capital para la construcción de la cadena de hoteles. El VAN para los inversionistas será de CLP \$503.231.469 con una rentabilidad del 45%.

I. Oportunidad de Negocio

La información obtenida de la encuesta “El Chile que viene, mascotas” realizada por CADEM en los años 2019 y 2022, permite reconocer que el mercado relacionado a las mascotas es creciente debido a la importancia que colocan sus dueños en estos nuevos miembros de las familias.

El 79% de los encuestados, señala que posee por lo menos una mascota en su hogar y se refuerza lo mencionado con anterioridad, ya que el 96% lo señala como un miembro más de la familia.

Respecto al tamaño de mercado se puede observar que lo creciente de este se ve reflejado en números debido a que desde el 2009 al 2017 se tuvo un incremento de 108% pasando de 385 a 800 millones de dólares respectivamente. Sus proyecciones son alentadoras ya que, para el año 2022, se esperan cifras cercanas a los 1.152 millones de dólares.

La necesidad que atiende esta idea de negocio es una necesidad creciente y que no ha sido resuelta lo suficientemente integral como lo requiere la sociedad y las nuevas tendencias en el mercado de mascotas.

Se tomó la decisión de revisar la implementación de la idea de negocio en regiones, específicamente en las ciudades de Antofagasta, La Serena-Coquimbo, Valparaíso-Viña del Mar y Concepción-Talcahuano, siendo estas las ciudades con mayor población objetivo de acuerdo al mercado donde queremos apuntar y que está relacionado al poder adquisitivo que estas tienen.

Se ofrece una cadena de hoteles *premium* de mascotas para permitir el cuidado de las estas mientras sus dueños se ausentan por motivos de vacaciones u otros y no tienen con quien dejarlas a cargo. El servicio será tal que sus dueños y sus mascotas sentirán como si no hubiesen salido de casa por lo que se da tranquilidad y confianza a los propietarios.

Los detalles de lo mencionado a la oportunidad de negocio, serán relatados en el informe parte 1.

II. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes

De acuerdo al Análisis del Macroentorno (PESTEL) se puede apreciar que respecto a los factores políticos y legales, Chile presenta cambios en la legislación respecto a animales de compañía como la “ley cholito” que profundiza las multas ante el mal cuidado de mascotas, además se tiene la intención de considerar a los animales no humanos como sujeto especial de protección en la nueva constitución, lo cual permitirá la creación de leyes especiales para el buen cumplimiento de este fin. En lo económico y social se tiene la percepción de que las mascotas son un miembro más de las familias, por lo que su cuidado dista de los precarios mostrados hace una década, a esto se suma que el mercado de las mascotas es creciente con proyecciones de triplicarse al año 2022, sin embargo se debe tener precaución con la situación económica mundial y nacional, con riesgos de recesión y alzas en la inflación con proyecciones de crecimiento en Chile a solo un 2,9% en 2023. En lo tecnológico, Chile cuenta con plataformas digitales robustas para implementar aplicaciones de seguimiento a través de smartphones y cámaras para la tranquilidad de los propietarios de mascotas.

Existe una variada oferta de empresas que ofrece servicios similares tanto de manera formal como informal. Dentro de los formales se pueden mencionar a DOGGYLAND (RM), PERRYLAND (RM), EL PATIO GUARDERIA DE MASCOTAS (RM), MASCOTEL (Reg. VALPARAISO), MASCOTA LODGE (RM) y MAPU PETS (Reg. ARAUCANÍA). La cadena de hoteles premium Crown Pet Plaza tiene una ventaja competitiva frente al resto de competidores en lo que respecta a ser una cadena, razón por la cual los cliente podrían alojar a sus mascotas con el mismo nivel de servicio y calidad a lo largo del país. Esta cadena también ofrecería una serie de servicios complementarios.

En el análisis de clientes es importante señalar que se tiene que apuntar a un segmento con un poder adquisitivo tal que permita el pago de este tipo de alojamiento para mascotas. Por lo mismo, el segmento de clientes debe ser de clase social media-alta a alta, vale decir, los segmentos AB C1A C1B y C2. Crown Pet Plaza logrará que el nivel de involucramiento de los clientes será de tipo racional o más bien medio-alto por la relevancia que se le da al cuidado de las mascotas (muchos casos considerados como hijos (as)). Es por esto que el negocio debe centrar sus principios de funcionamiento en la calidad y confianza del servicio brindado.

Los detalles de lo mencionado en este capítulo, serán relatados en el informe parte 1.

III. Descripción de la Empresa y Propuesta de Valor

Crown Pet Plaza comprende una cadena de hoteles premium de mascotas en donde se ofrecerán servicios de alojamiento, clínica veterinaria, peluquería y spa, venta de accesorios y alimentos (*Pet Shop*), en instalaciones adaptadas especialmente para el bienestar de la mascota y de su dueño, con amplitud, seguridad y con profesionales calificados para el correcto cuidado. Idea fundada por Maximiliano Núñez y Cristian Solar, fervientes *Pet Lovers* y amantes del buen cuidado de sus mascotas, se vieron en la necesidad de cuidar a sus miembros familiares y no encontraban un servicio de confianza al momento de viajar. De acuerdo a esto es que se definen la Visión y Misión como sigue:

Visión

Ser un servicio altamente reconocido de hospedaje, guardería y cuidado integral para mascotas en el mercado del *Pet Care* nacional.

Misión

Entregar la mejor experiencia de estadía tanto para las mascotas y tranquilidad para sus dueños, bajo altos estándares de servicio y calidad, cubriendo todas las necesidades de las mascotas, tales como seguridad, salud, afecto, alimentación, higiene, sociabilización y otros, de forma que sean cubiertas durante la ausencia de sus dueños.

Dentro de la propuesta de valor se destaca la atención a los clientes con valores como el respeto, la confianza, el compromiso, la excelencia y la pasión, tomando en cuenta que esta idea de negocio nace como una necesidad de los fundadores y el amor que le tienen a las mascotas (*Pet Lovers*). Esto conecta con los demás dueños de mascotas y permitirá entregar un servicio de cuidado.

Los detalles de lo mencionado en este capítulo, serán relatados en el informe parte 1.

IV. Plan de Marketing

Respecto al plan de marketing se propusieron objetivos que permitan definir los lineamientos para el aumento de ingresos, la estrategia de crecimiento, penetración de mercado y atracción de clientes por medio de fidelización.

Se apunta a un tipo de cliente de regiones, para un estrato social medio-alto a alto de acuerdo a la clasificación socio económica nacional. Las familias pertenecientes a estos grupos tienen al menos una mascota, considerada como un miembro más de la familia por lo que tienen una alta disposición de compra así como un alto nivel de exigencia por obtener un buen servicio.

Para el posicionamiento de marca se tomó en consideración los factores de experiencia del servicio y ambiente (relacionado a higiene, seguridad y comodidad) para evaluar cómo se comporta el resto de los competidores, resultando que la cadena Crown Pet Plaza cumple de mejor forma las expectativas de los clientes.

La marca Crown Pet Plaza ofrecerá una serie de productos exclusivos y de calidad en donde su producto madre o básico será el alojamiento de mascotas en dependencias especialmente adaptadas para este fin. Además, complementando al producto básico, el hotel premium ofrecerá servicios de traslado, peluquería, spa, atención veterinaria, venta de accesorios y alimentos acompañados de una atención personalizada de acuerdo a las necesidades de las mascotas.

Todo lo mencionado será distribuido a través de distintos canales de comunicación donde destacan las redes sociales, página web propia de la cadena, plataformas como Google Ads, gigantografías en las ciudades y caminos.

La demanda estimada para este servicio asciende a la suma de \$3.745.643.672 pesos considerando la cadena de 4 hoteles en las ciudades mencionadas a un precio de \$22.000 pesos cada día de alojamiento, con estrategias de promociones para el incentivo de una experiencia integral de alojamiento de mascotas. Estas cifras fueron complementadas con una encuesta realizada a 154 hogares.

Los detalles de lo mencionado en este capítulo serán relatados en el informe parte 1.

V. Plan de Operaciones

5.1. Estrategia, Alcance y Tamaño de las Operaciones

La estrategia de **Crown Pet Plaza** será por diferenciación, para lo cual considera su infraestructura, excelencia en el cuidado de la mascota y su ubicación, como tres factores que le permitirán articular el servicio. **Crown Pet Plaza**, basado en su modelo de operaciones, ofrece a sus clientes tres unidades de negocio: Hotelería y Guardería, Servicios de Salud y Sanitarios (medicina veterinaria, peluquería, baño sanitario o SPA, un *Pet Shop* o *Pet Care*, tienda minorista que venderá artículos para el cuidado de las mascotas (accesorios, alimentos, etc.).

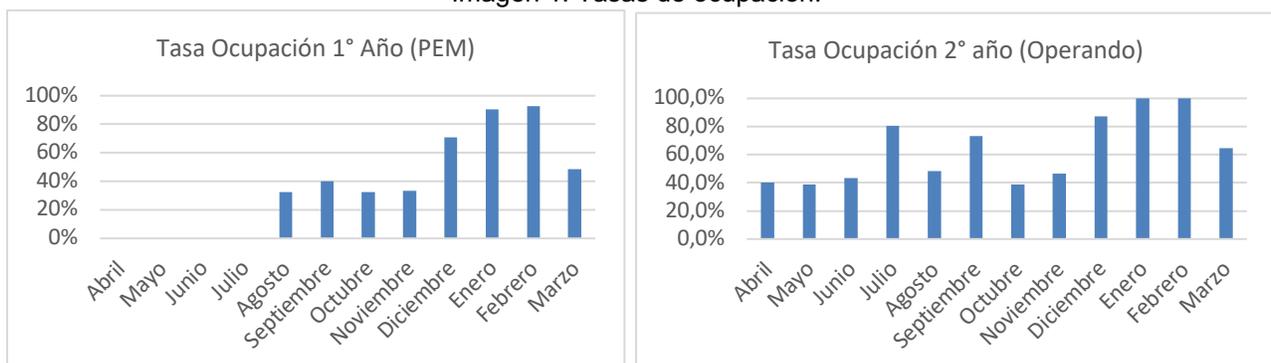
Tal como se mencionó en el capítulo IV, en la estrategia de crecimiento, los hoteles serán inaugurados de a uno por año haciendo un total de cuatro. Cada hotel contará con un total de 50 habitaciones (caniles) para perros de distintos tamaños siendo el mayor porcentaje de las habitaciones para perros de tamaño pequeño a mediano.

5.2. Flujo de Operaciones

El desarrollo de las operaciones de **Crown Pet Plaza**, considera el funcionamiento de todos los canales. Contará con flujos de operaciones definidos y establecidos para cada proceso identificando desde su inicio de operación, la atención de los clientes, abastecimiento, convenios con empresas, pago a proveedores, entre otros.

Las ocupaciones de los hoteles se registrarán de acuerdo a lo mostrado en la imagen 1 en donde el primer año los hoteles tendrán 4 meses sin ingresos para que posteriormente las ocupaciones aumenten de forma gradual, en especial para los meses de vacaciones.

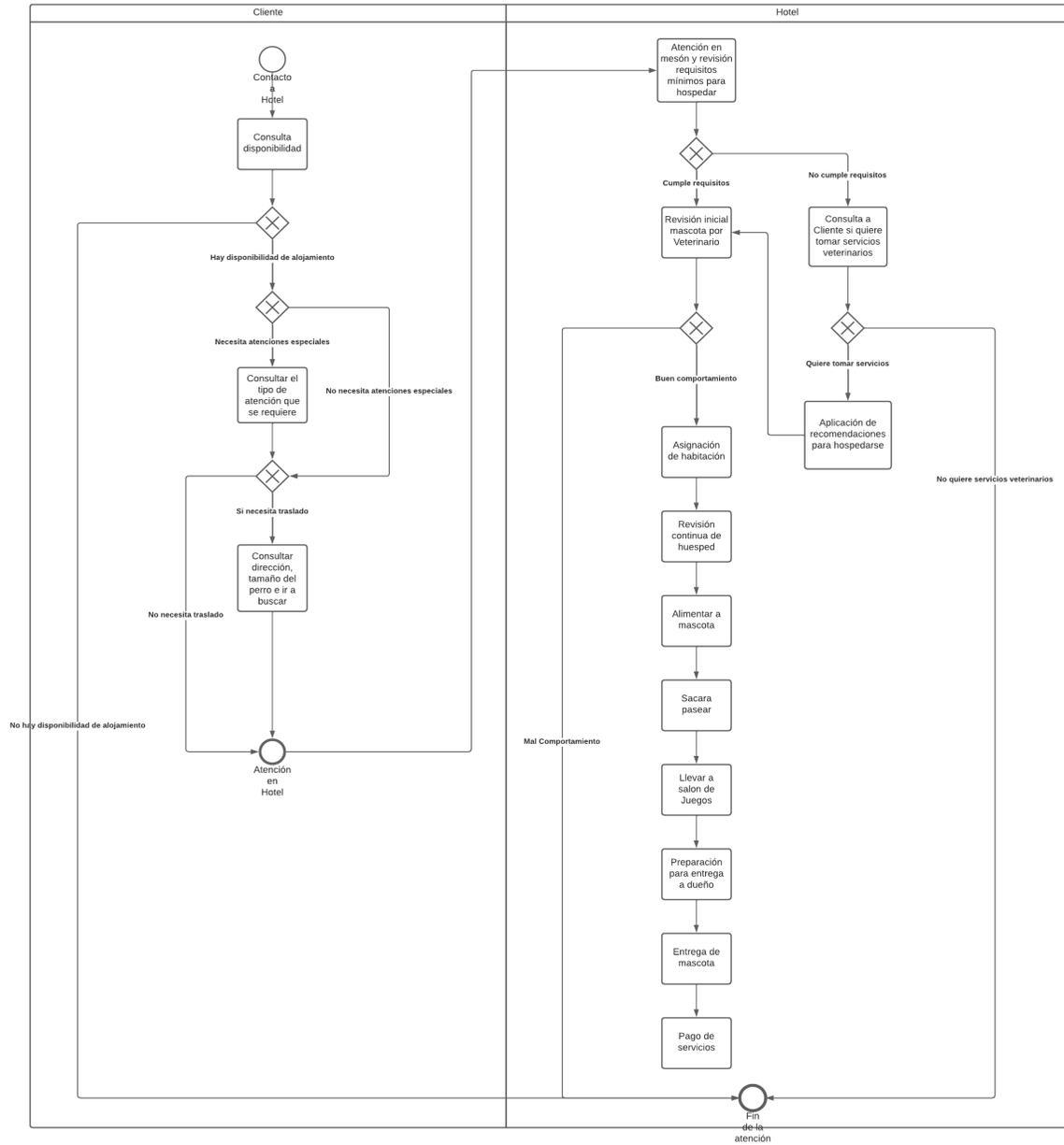
Imagen 1. Tasas de ocupación.





OCUPACIONES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Hotel en Puesta en Marcha (PEM)	554,2	554,2	554,2	554,2				
Hotel Operando		962,5	1.925,0	2.887,5	3.850,0	3.850,0	3.850,0	3.850,0
Total ocupaciones Promedio (clientes)	554,2	1.516,7	2.479,2	3.441,7	3.850,0	3.850,0	3.850,0	3.850,0

Diagrama de flujo operaciones *Crown Pet Plaza*



Fuente: Elaboración propia.

5.3. Plan de Desarrollo e Implementación

La puesta en marcha de **Crown Pet Plaza** tiene como hito inicial, el generar la constitución de la empresa (su empresa en un día), continuando con la búsqueda de financiamiento de capitales. Obtenido el financiamiento, continuar con la firma del contrato de arriendo de la propiedad (terreno), además de la compra de la casa o instalaciones prefabricadas según diseño y dimensiones. Luego, seguir con la tramitación de los permisos y patentes en el servicio de impuestos internos SII, así como también los permisos en materia sanitaria. Continuar con la construcción y habilitación del recinto, junto con la compra de mobiliario, equipos, activos que requiere el hotel para su funcionamiento. Seguimos con la selección y contratación del personal, habilitación de tecnología en el hotel, para avanzar con la publicidad y promoción del servicio, para finalmente comenzar con la puesta en marcha y apertura de Hotel *premium* para mascotas **Crown Pet Plaza**.

Implementación (Proyecto Hotel *Premium* para Mascotas **Crown Pet Plaza)**

1. Constitución de la sociedad (creación empresa).
2. Ronda de levantamiento de Capital (capital propio, inversionistas, capital financiero).
3. Tramitación de Permisos (Factibilidades servicios, permisos territoriales, patentes municipales, permisos de Salud y Sanitarios, SII).
4. Arriendo de terreno (leasing u otro método).
5. Construcción y Habilitación del Recinto.
6. Compra de mobiliario y vehículos.
7. Reclutamiento y selección del personal.
8. Habilitación de tecnologías (sistema de ventas, red de monitoreo cctv, internet, telefonía, seguridad).
9. Promoción (creación página web, publicidad).
10. Apertura al público (puesta en marcha).

Tabla 10: Plan de Implementación

ACTIVIDADES		2024												2025																																							
		Marzo			Abril			Mayo			Junio			Julio			Agosto			Septiembre			Octubre			Noviembre			Diciembre			Enero			Febrero			Marzo															
		Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	Mes 37	Mes 38	Mes 39	Mes 40	Mes 41	Mes 42	Mes 43	Mes 44	Mes 45	Mes 46	Mes 47	Mes 48	Mes 49	Mes 50	Mes 51
Inicio actividades	: Marzo 2024																																																				
Duración. Puesta en Marcha:	8 meses																																																				
Constitución Sociedad	1 semana	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
Levantamiento de Inversión	3 semanas	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
Tramitación de Permisos	2 meses	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
Gestión arriendo terreno	1 mes	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
Construcción y Habilitación del Recinto	4 meses	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
Compra de Mobiliario y Vehículos	1 mes	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
Reclutamiento del Personal (contratación)	2 meses	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
Habilitación de Tecnologías	3 semanas	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
Publicidad/Promoción	12 meses	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52
Apertura (puesta en marcha)	8 meses	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52

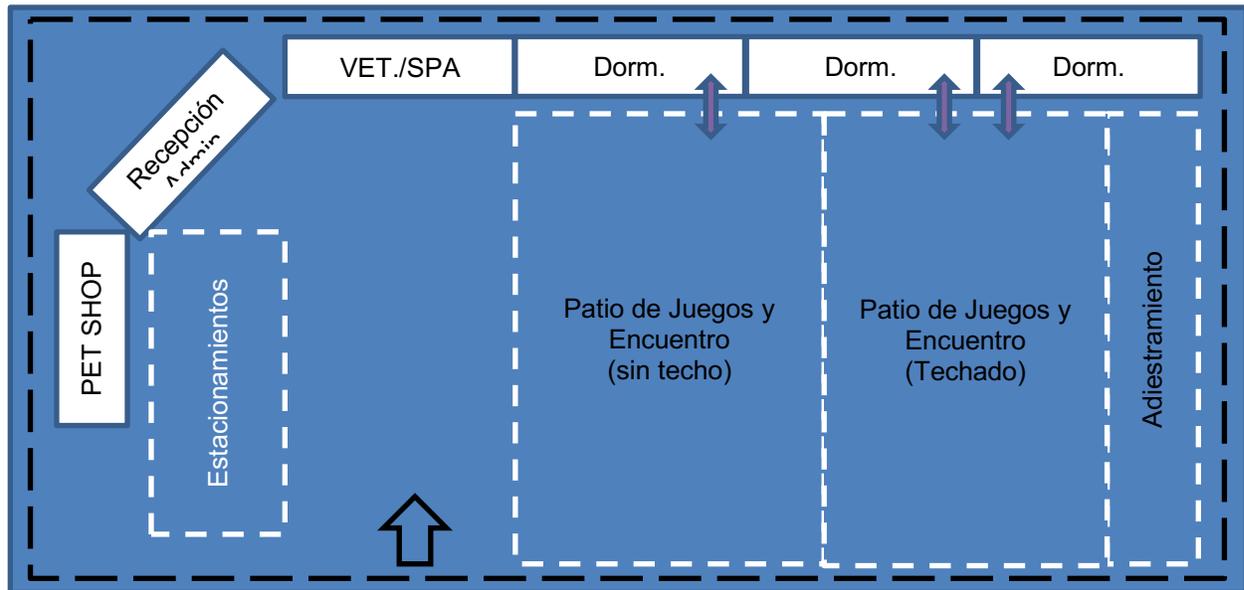
Fuente: Elaboración propia.

Infraestructura

El Hotel de mascotas Premium **Crown Pet Plaza**, contará con una instalación de primer nivel, bajo un estándar de infraestructura segura y cómoda para toda su cadena hotelera, acorde con la normativa y reglamentación vigente, tal como lo señala el **Reglamento de Condiciones de Higiene y Seguridad para la Mantención de Animales en Casas Habitación y Locales Públicos y Privados**, y en particular en el Título IV De los centros de mantención de mascotas o animales, del cual especifica de los requerimientos y exigencias de los recintos para este rubro, respecto contar con informe sanitario otorgado por la Autoridad Sanitaria Regional correspondiente a su ubicación geográfica, además de la mantención de condiciones de higiene y sanitarias adecuadas de forma periódica de las instalaciones, según la cantidad de animales que posea, así como también contar con la supervisión médico veterinaria.

Contará con dispositivos para asegurar la provisión de alimento y agua en cantidades necesarias para el cuidado de los animales. El recinto contará también con instalaciones de aislamiento y cuarentena para el debido control de las enfermedades contagiosas, si así fuese necesario el caso. **Crown Pet Plaza** como líder y *partner* con cada comunidad donde participe, estará emplazada en zonas permitidas de acuerdo a plano regulador existente, asegurando además un adecuado manejo sanitario, preocupado por el respeto al cumplimiento de la normativa y la comunidad.

Figura 1: Disposición General Instalaciones.



Fuente: Elaboración propia.

5.4. Dotación

Considerando la estructura de oferta de los servicios que entregará **Crown Pet Plaza** y su correspondiente capacidad instalada y diseño vanguardista, se proyecta una dotación para el inicio de las operaciones, de acuerdo con el siguiente equipo correspondiente a una sucursal:

- **Director - Administrador General:** profesional con conocimientos en administración de empresas, con experiencia en negocios enfocado a servicio a las personas y al cuidado de animales o mascotas (retail alimentos para mascotas, productos para el *Pet Care*, entre otros). Su rol estará enfocado en la administración y funcionamiento de la cadena de hoteles **Crown Pet Plaza**, bajo la supervisión y acompañamiento en la gestión, de los socios de la compañía hotelera.
- **Equipo Asesor Legal y Contable:** servicio de profesionales terceros, que acompañarán a la cadena de hoteles en la gestión del negocio, en materia legal y contable.
- **Médico Veterinario:** profesional del área de la salud veterinaria, de preferencia con especialidad en etología (comportamiento de los animales), quien estará a cargo del equipo que operará el hotel. Entregará lineamientos respecto al cuidado de las mascotas, acompañando la labor de los cuidadores de mascotas. El médico veterinario será el líder y encargado del hotel, apoyado administrativamente por un/una asistente de administración, para llevar el control y gestión del negocio.

- **Asistente de Administración:** profesional técnico con conocimiento en administración de empresas, enfocado/da en la labor de coordinar y gestionar el negocio y operación, en cada sucursal. Este trabajador reporta al Médico Veterinario y Director – Administrador General. Apoyará también en las labores de recepción y en la operación del *Pet Shop* o sala de ventas minoritarias de artículos para el cuidado de mascotas.
- **Cuidadores de mascotas y otros:** funcionario/aria a cargo de la operación general del hotel, que tendrá la misión de trabajar directamente con las mascotas, y apoyar en la operatividad del hotel. Sus funciones serán de características de multi tareas. Tendrán conocimientos y práctica en comportamiento de animales. Podrán apoyar en el traslado de las mascotas (servicios de traslado), como también en el área de peluquería/SPA, adiestramiento y en la atención del *Pet Shop* (venta minorista de artículos para el cuidado de mascotas). Los cuidadores reportan al médico veterinario y asistente de administración.
- **Aseo e Higiene:** personal que estará a cargo de mantener las instalaciones del hotel en materia de aseo e higiene, de acuerdo con estándares establecidos por la compañía.

VI. Equipo del Proyecto

6.1. Equipo Gestor

El equipo gestor de Hotel Premium **Crown Pet Plaza**, estará liderado por sus dos creadores quienes son socios, y tendrán a cargo la responsabilidad de asegurar todas las gestiones necesarias para la exitosa puesta en marcha del negocio como, por ejemplo, sancionar el proceso de reclutamiento del personal y la elección de sus colaboradores, supervisar las funciones del administrador del hotel, gestionar la página web y la respectiva publicidad, entre otras actividades relevantes del negocio.

Gestor 1: **Maximiliano Núñez Ruiz:** Ingeniero Constructor, Ingeniero Civil Industrial, egresado del MBA Universidad de Chile, 5 años de experiencia en administración en negocios mineros, ideólogo de la marca **Crown Pet Plaza**, tomará posición como Gerente en la administración del negocio y su operación, y socio dentro de la sociedad.

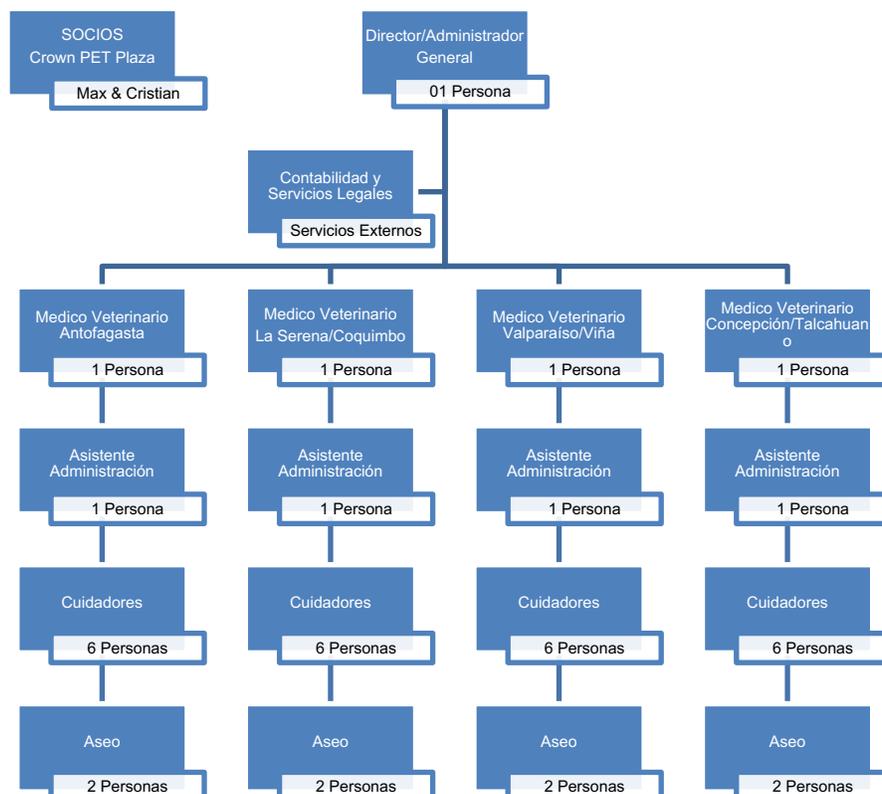
Gestor 2: **Cristian Solar Barra:** Ingeniero Civil Electrónico, egresado del MBA Universidad de Chile, 6 años de experiencia en administración en negocios mineros, ideólogo del negocio de hotel Premium para mascotas, tomará la posición de socio capitalista, y encargado de las finanzas.

Gestor 3: **Catherine Martin Maraboli**: Médico Veterinario, 10 años de experiencia como veterinaria, actualmente se encuentra como encargada de la sección de zoonosis para la Seremi de Salud en la región de Antofagasta y tomará la posición de encargada técnica de la cadena de hoteles.

6.2. Estructura Organizacional

La estructura organizacional de Hotel Premium **Crown Pet Plaza**, es de tipo funcional y jerárquica. Los socios figuran en el top del organigrama, quienes están por sobre el Administrador General, quien liderará y tendrá a cargo la tarea de gestionar tres unidades de negocio (1. Hotel-Guardería; 2. Atención Médico Veterinaria-Peluquería/SPA; 3. Venta de productos *Pet Care*).

Tabla 11: Organigrama Hotel *Premium Crown Pet Plaza*



Fuente: Elaboración propia.

6.3. Incentivos y Compensaciones

Los incentivos y compensaciones serán considerados en las respectivas remuneraciones de cada uno de los colaboradores de Hotel Premium **Crown Pet Plaza**, con el objeto de mantener motivados a los trabajadores.

- Bono responsabilidad.
- Bono mejor atención (en base a consulta a los clientes, ranking).
- Compensación día cumpleaños (personal y familiar).
- Bono días festivos (vacaciones de verano, vacaciones invierno, fiestas patrias).
- Comisiones referidas en tabla 12.

VII. Plan Financiero

Dentro de los supuestos considerados para el análisis financiero se tiene que los hoteles tendrán un número de ingresos totales de 220 millones de pesos en el primer año de operación (Ver Anexo 10), para posteriormente entrar en régimen con un total de ingresos estimados de 370 millones de pesos con todas sus líneas de negocio operativas. Además, se consideró tener los gastos fijos iguales para cada hotel por ciudad teniendo en cuenta los costos de Antofagasta:

Tabla 12: Estimación Mano de obra mensual

Sueldos	Cantidad	Líquido	Bruto	Comisiones	Total
Secretaria	1	\$ 500.000	\$ 617.589	1%	\$ 623.765
Veterinario/a	1	\$ 1.800.000	\$ 2.271.961	8%	\$ 2.453.718
Cuidadores	6	\$ 700.000	\$ 864.625	5%	\$ 5.447.138
Aseo	2	\$ 500.000	\$ 617.589	0	\$ 1.235.178
Director General	1	\$ 2.500.000	\$ 3.160.418	8%	\$ 3.413.251
					\$ 9.759.798

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de los trabajadores, el director general entrará en vigor desde el año 3 y estará encargado de coordinar y supervisar el funcionamiento de la cadena "**Crown Pet Plaza**".

En el caso de los costos fijos (Ver Tabla 13) se realizó una estimación que considerará la mayor cantidad de comodidades para los alojados o mascotas, además de considerar servicios que den la plena tranquilidad a los dueños de mascotas que quieran utilizar los servicios de las instalaciones.

Tabla 13: Estimación costos fijos mensuales

Ítem	Valor	Ítem	Valor
Arriendo Terreno	\$ 3.500.000	Mtto Vehículos/combustible	\$ 200.000
Seguros	\$ 600.000	Seguridad	\$ 750.000
Luz	\$ 500.000	Insumos	\$ 2.000.000
Agua	\$ 200.000	Patentes (5 por mil)	\$ 29.167
Internet	\$ 60.000	Servicios Legales	\$ 150.000
Mtto instalaciones	\$ 600.000	Reposición Inventario	\$ 1.000.000
		Total Mensual	\$ 9.589.167

Fuente: Elaboración propia.

Para la estimación de inversiones (Ver Tabla 14) se consideró el arriendo del terreno, esto debido a los altos costos de inversión en caso de compra, lo cual hacía inviable el proyecto, y la instalación de una propiedad prefabricada (Ver Anexo 9). Esta propiedad debe ser modificada especialmente para las necesidades del hotel, así como una sala de juegos *indoor*, piscina, habilitación de los caniles, climatización y oficinas para atención veterinaria y recepción. Además, se consideró la inversión de vehículos, uno por cada hotel, para realizar el traslado de las mascotas en caso de que el cliente lo requiera.

Se considero una depreciación acelerada para las inversiones. Esto de acuerdo con las tablas de depreciación del servicio de impuestos internos (Ver Anexo 5).

Tabla 14: Estimación de Inversiones

Inversiones	Dinero	Depreciación Acelerada	Monto Dep	Inversiones	Dinero	Depreciación Acelerada	Monto Dep
Propiedad Hotel 1	\$ 35.000.000	10 años	\$ 10.500.000	Inventario Pet Shop	\$ 5.000.000		
Construcción y Habilitación 1	\$ 35.000.000			Vehículo 1	\$ 15.000.000	2 años	\$ 7.500.000
Propiedad Hotel 2	\$ 35.000.000	10 años	\$ 10.500.000	Vehículo 2	\$ 15.000.000	2 años	\$ 7.500.000
Construcción y Habilitación 2	\$ 35.000.000			Vehículo 3	\$ 15.000.000	2 años	\$ 7.500.000
Propiedad Hotel 3	\$ 35.000.000	10 años	\$ 10.500.000	Vehículo 4	\$ 15.000.000	2 años	\$ 7.500.000
Construcción y Habilitación 3	\$ 35.000.000			Vehículo 5	\$ 15.000.000	2 años	\$ 7.500.000
Propiedad Hotel 4	\$ 35.000.000	10 años	\$ 10.500.000	Vehículo 6	\$ 15.000.000	2 años	\$ 7.500.000
Construcción y Habilitación 4	\$ 35.000.000						

Fuente: Elaboración propia.

Para la estimación del capital de trabajo se tomó en consideración el flujo del primer año (Ver Anexo 10) en el cual se estimó el máximo déficit acumulado entre Ingresos y Egresos, con este valor se

calculó la proporción de los costos totales y por consiguiente se realizó la proyección de la necesidad de capital de trabajo para el resto de los años del proyecto (Ver Tabla 15).

Tabla 15: Estimación de Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Costo anual		(210.179.883)	(444.778.463)	(718.455.059)	(958.584.638)	(988.752.334)	(992.512.334)	(992.512.334)	(992.512.334)
Porcentaje Deficit vs costos	24,82%	(52.171.409)	(110.404.091)	(178.336.823)	(237.942.425)	(245.430.731)	(246.364.048)	(246.364.048)	(246.364.048)
Necesidad KT + PEM		(52.171.409)	(110.404.091)	(178.336.823)	(237.942.425)	(245.430.731)	(246.364.048)	(246.364.048)	(246.364.048)
Inversión en KT + PEM	(52.171.409)	(58.232.683)	(67.932.732)	(59.605.602)	(7.488.306)	(933.317)	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

7.1. Tasa de Descuento

Para el cálculo de la tasa de descuento del proyecto se utilizó el modelo de CAPM:

$$E(R_i) = R_f + \beta_i \cdot (E(R_m - R_f)) + PPL + PRSU$$

Donde:

$$R_f = 5,40\%$$

Tasa libre de riesgo BCP a 10 años con fecha 24-07-2023 (Fuente: Banco Central).

$$E(R_m - R_f) = 6,28\%$$

Premio por riesgo de mercado estimado por Damodaran (Ver Anexo 7).

$$\beta_i = 1,02$$

Beta desapalancado obtenido de Damodaran para categoría de negocios y servicios para consumo (Ver Anexo 6).

$$PPL = 3\%$$

Premio por Liquidez.

$$PRSU = 3\%$$

Premio por Riesgo Start-Up.

De acuerdo con los cálculos realizados y los supuestos descritos, la tasa de descuento r a la cual será evaluado el proyecto, y por consecuencia se le exigirá, es de 17,81% real anual para los flujos puros.

7.2. Flujo de Caja

A continuación serán presentadas las proyecciones de flujos de caja y estados financieros tanto para un hotel (*stand alone*), como también para la cadena de hoteles en los casos puros y con financiamiento a un 70% de la necesidad de inversión por hotel.

7.2.1. Flujo de Caja Puro con Perpetuidad crecientes para un hotel (*stand alone*)

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	
Ingresos x venta		\$220.699.375	\$371.481.750	\$407.251.958	\$444.095.271	\$482.043.884	\$521.130.956	\$561.390.640	\$602.858.114	
Gastos Remuneraciones		(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	
Gastos Administracion		(\$84.902.304)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	
Gasto Publicidad		(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	
EBITDA		\$10.519.492	\$131.134.171	\$166.904.378	\$203.747.692	\$241.696.305	\$280.783.377	\$321.043.060	\$362.510.535	
EBITDA/Ingresos		4,8%	35,3%	41,0%	45,9%	50,1%	53,9%	57,2%	60,1%	
Depreciación Propiedad		(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	
Depreciación Vehículos		(\$7.500.000)	(\$7.500.000)	\$0	\$0	\$0	\$0	(\$7.500.000)	(\$7.500.000)	
Venta Activos							\$ 4.500.000			
Resultado antes de impto		(\$3.980.508)	\$116.634.171	\$159.904.379	\$196.747.692	\$234.696.306	\$278.283.377	\$306.543.061	\$348.010.535	
Impto RENTA	27%	\$0	(\$31.491.226)	(\$43.174.182)	(\$53.121.877)	(\$63.368.003)	(\$75.136.512)	(\$82.766.626)	(\$93.962.844)	
Resultado después de impto		(\$3.980.508)	\$85.142.945	\$116.730.196	\$143.625.815	\$171.328.303	\$203.146.865	\$223.776.434	\$254.047.691	
Depreciaciones y amortizaciones		\$14.500.000	\$14.500.000	\$7.000.000	\$7.000.000	\$7.000.000	\$7.000.000	\$14.500.000	\$14.500.000	
IVA inversiones		(\$17.100.000)								
Inversión Instalación		(\$70.000.000)								
Inversión Vehículos		(\$15.000.000)					(\$15.000.000)			
Inversión Inventario		(\$5.000.000)								
Arriendo Adelantado		(\$10.500.000)								
Puesta en Marcha		(\$35.388.990)								
KT		(\$16.782.419)	(\$7.488.306)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Valor de Desecho									\$1.767.365.871	
Flujo de Caja		(\$169.771.409)	\$3.031.186	\$99.642.945	\$123.730.196	\$150.625.815	\$178.328.303	\$195.146.865	\$238.276.434	\$2.035.913.561
Utilidad/Ingresos			1,4%	26,8%	30,4%	33,9%	37,0%	37,4%	42,4%	337,7%
r		17,81%	Real anual							
VAN	\$ 834.577.825	TIR		61,8%	Payback	4 años				

7.2.2. Estados Financieros para Flujo Puro a Perpetuidad para un hotel (*stand alone*)

ESTADO DE RESULTADOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ingresos x venta		\$220.699.375	\$371.481.750	\$407.251.958	\$444.095.271	\$482.043.884	\$521.130.956	\$561.390.640	\$602.858.114
Gastos Administración		(\$84.902.304)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)	(\$115.070.000)
Gasto x Sueldos		(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)	(\$117.117.579)
Gasto Publicidad		(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)	(\$8.160.000)
EBITDA		\$10.519.492	\$131.134.171	\$166.904.378	\$203.747.692	\$241.696.305	\$280.783.377	\$321.043.060	\$362.510.535
EBITDA/Ingresos		4,8%	35,3%	41,0%	45,9%	50,1%	53,9%	57,2%	60,1%
Depreciación Propiedad		(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)	(\$7.000.000)
Depreciación Vehículos		(\$7.500.000)	(\$7.500.000)	\$0	\$0	\$0	\$0	(\$7.500.000)	(\$7.500.000)
Resultado antes de impto		(\$3.980.508)	\$116.634.171	\$159.904.379	\$196.747.692	\$234.696.306	\$273.783.377	\$306.543.061	\$348.010.535
Impuesto	27%	\$0	(\$31.491.226)	(\$43.174.182)	(\$53.121.877)	(\$63.368.003)	(\$73.921.512)	(\$82.766.626)	(\$93.962.844)
Utilidad Neta		(\$3.980.508)	\$85.142.945	\$116.730.196	\$143.625.815	\$171.328.303	\$199.861.865	\$223.776.434	\$254.047.691
Utilidad/Ingresos		-1,8%	22,9%	28,7%	32,3%	35,5%	38,4%	39,9%	42,1%
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
ACTIVOS									
Efectivo	\$52.171.409	\$87.279.206	\$186.922.151	\$310.652.348	\$461.278.163	\$639.606.466	\$861.468.331	\$1.099.744.766	\$1.368.292.457
CxC									
Inventario	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000
GPPA	\$10.500.000	\$10.500.000	\$10.500.000	\$10.500.000	\$10.500.000	\$10.500.000	\$10.500.000	\$10.500.000	\$10.500.000
Activo por impuestos	\$17.100.000								
Total Activos Corrientes	\$84.771.409	\$102.779.206	\$202.422.151	\$326.152.348	\$476.778.163	\$655.106.466	\$876.968.331	\$1.115.244.766	\$1.383.792.457
PPE	\$85.000.000	\$85.000.000	\$85.000.000	\$85.000.000	\$85.000.000	\$85.000.000	\$85.000.000	\$85.000.000	\$85.000.000
Depreciación acum		(\$14.500.000)	(\$29.000.000)	(\$36.000.000)	(\$43.000.000)	(\$50.000.000)	(\$57.000.000)	(\$71.500.000)	(\$86.000.000)
Total Activos No Corrientes	\$85.000.000	\$70.500.000	\$56.000.000	\$49.000.000	\$42.000.000	\$35.000.000	\$28.000.000	\$13.500.000	\$-1.000.000
TOTAL ACTIVOS	\$169.771.409	\$173.279.206	\$258.422.151	\$375.152.348	\$518.778.163	\$690.106.466	\$904.968.331	\$1.128.744.766	\$1.382.792.457
PASIVOS									
Proveedores									
Impuesto por pagar									
Total Pasivos Corrientes		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0

Total Pasivos No Corrientes	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
PATRIMONIO									
Capital	\$169.771.409	\$177.259.715	\$177.259.715	\$177.259.715	\$177.259.715	\$177.259.715	\$192.259.715	\$192.259.715	\$192.259.715
Utilidad acumulada		(\$3.980.508)	\$81.162.437	\$197.892.633	\$341.518.448	\$512.846.752	\$712.708.617	\$936.485.051	\$1.190.532.742
Total Patrimonio	\$169.771.409	\$173.279.206	\$258.422.151	\$375.152.348	\$518.778.163	\$690.106.466	\$904.968.331	\$1.128.744.766	\$1.382.792.457
PASIVOS+PATRIMONIO	\$169.771.409	\$173.279.206	\$258.422.151	\$375.152.348	\$518.778.163	\$690.106.466	\$904.968.331	\$1.128.744.766	\$1.382.792.457
ROI		-102,3%	-49,8%	-31,2%	-15,4%	0,9%	17,7%	31,8%	49,6%
ROE		-2,3%	32,9%	31,1%	27,7%	24,8%	22,1%	19,8%	18,4%
ROA		6,1%	50,7%	44,5%	39,3%	35,0%	31,0%	28,4%	26,2%
FLUJO DE EFECTIVO									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	
Efectivo Actividades Operación									
Utilidad		(\$3.980.508)	\$85.142.945	\$116.730.196	\$143.625.815	\$171.328.303	\$199.861.865	\$223.776.434	\$254.047.691
Depreciación		\$14.500.000	\$14.500.000	\$7.000.000	\$7.000.000	\$7.000.000	\$7.000.000	\$14.500.000	\$14.500.000
Total Efectivo Operaciones	\$0	\$10.519.492	\$99.642.945	\$123.730.196	\$150.625.815	\$178.328.303	\$206.861.865	\$238.276.434	\$268.547.691
Efectivo actividades inversión									
PPE		(\$85.000.000)							
Arriendo adelantado		(\$10.500.000)							
Inventario		(\$5.000.000)							
Total Efectivo Inversión	(\$100.500.000)	\$0	\$0						
Efectivo por financiamiento									
Capital	\$169.771.409	\$7.488.306	\$0	\$0	\$0	\$0	\$15.000.000	\$0	\$0
IVA		(\$17.100.000)							
IVA Recuperado		\$17.100.000							
Aporte Capital									
Total Efectivo Financiamiento	\$152.671.409	\$24.588.306	\$0	\$0	\$0	\$0	\$15.000.000	\$0	\$0
Aumento Efectivo	\$52.171.409	\$35.107.797	\$99.642.945	\$123.730.196	\$150.625.815	\$178.328.303	\$221.861.865	\$238.276.434	\$268.547.691
Caja inicial	0	\$52.171.409	\$87.279.206	\$186.922.151	\$310.652.348	\$461.278.163	\$639.606.466	\$861.468.331	\$1.099.744.766
Caja Final	\$52.171.409	\$87.279.206	\$186.922.151	\$310.652.348	\$461.278.163	\$639.606.466	\$861.468.331	\$1.099.744.766	\$1.368.292.457

7.2.3. Flujo de Caja Puro con Perpetuidad creciente para la cadena de hoteles (4 hoteles)

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ingresos x venta		\$220.699.375	\$609.062.500	\$1.004.452.750	\$1.399.843.000	\$1.574.533.875	\$1.581.561.000	\$1.629.007.830	\$1.677.878.065
Gastos Remuneraciones		(\$117.117.579)	(\$234.235.158)	(\$392.311.755)	(\$509.429.334)	(\$509.429.334)	(\$509.429.334)	(\$509.429.334)	(\$509.429.334)
Gastos Administracion		(\$84.902.304)	(\$196.427.304)	(\$311.497.304)	(\$426.567.304)	(\$456.735.000)	(\$460.495.000)	(\$460.495.000)	(\$460.495.000)
Gasto Publicidad		(\$8.160.000)	(\$14.116.000)	(\$14.646.000)	(\$22.588.000)	(\$22.588.000)	(\$22.588.000)	(\$22.588.000)	(\$22.588.000)
Margen Contribución		\$10.519.492	\$164.284.037	\$285.997.691	\$441.258.362	\$585.781.541	\$589.048.666	\$636.495.496	\$685.365.731
EBITDA/Ingresos		4,8%	27,0%	28,5%	31,5%	37,2%	37,2%	39,1%	40,8%
Depreciación Propiedad		(\$7.000.000)	(\$14.000.000)	(\$21.000.000)	(\$28.000.000)	(\$28.000.000)	(\$28.000.000)	(\$28.000.000)	(\$28.000.000)
Depreciación Vehículos		(\$7.500.000)	(\$15.000.000)	(\$15.000.000)	(\$15.000.000)	(\$7.500.000)	(\$15.000.000)	(\$15.000.000)	\$0
Venta Activos							\$9.000.000		\$9.000.000
Resultado antes de impto		(\$3.980.508)	\$135.284.037	\$249.997.691	\$398.258.362	\$550.281.541	\$555.048.666	\$593.495.496	\$666.365.731
Impto RENTA 27%		\$0	(\$36.526.690)	(\$67.499.377)	(\$107.529.758)	(\$148.576.016)	(\$149.863.140)	(\$160.243.784)	(\$179.918.747)
Resultado después de impto		(\$3.980.508)	\$98.757.347	\$182.498.314	\$290.728.604	\$401.705.525	\$405.185.526	\$433.251.712	\$486.446.983
Depreciaciones y amortizaciones		\$14.500.000	\$29.000.000	\$36.000.000	\$43.000.000	\$35.500.000	\$43.000.000	\$43.000.000	\$28.000.000
IVA Inversiones	(\$17.100.000)	(\$1.968.957)							
Inversión Instalación	(\$70.000.000)	(\$70.000.000)	(\$70.000.000)	(\$70.000.000)					
Inversión Vehículos	(\$15.000.000)	(\$15.000.000)	(\$15.000.000)	(\$15.000.000)			(\$30.000.000)		(\$30.000.000)
Inversión Inventario	(\$5.000.000)	(\$5.000.000)	(\$5.000.000)	(\$5.000.000)					
Arriendo Adelantado	(\$10.500.000)	(\$10.500.000)	(\$10.500.000)	(\$10.500.000)					
Puesta en Marcha	(\$35.388.990)	(\$35.388.990)	(\$35.388.990)	(\$35.388.990)					
KT	(\$16.782.419)	(\$22.843.693)	(\$32.543.742)	(\$24.216.612)	(\$7.488.306)	(\$933.317)	\$0	\$0	\$0
Valor de Desecho									\$3.384.127.579
Flujo de Caja	(\$169.771.409)	(\$150.182.147)	(\$40.675.384)	\$58.392.712	\$326.240.298	\$436.272.208	\$418.185.526	\$476.251.712	\$3.868.574.563
Utilidad/Ingresos		-68,0%	-6,7%	5,8%	23,3%	27,7%	26,4%	29,2%	230,6%
r	17,81%	Real anual		Payback	5 años				
VAN	\$ 1.421.360.352	TIR	55,6%						

7.2.4. Estados Financieros para Flujo Puro a Perpetuidad para la cadena de hoteles (4 hoteles)

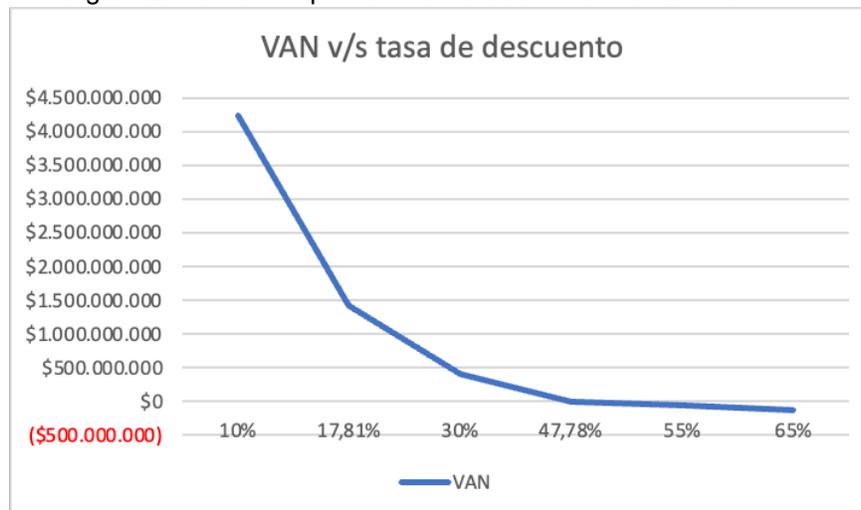
ESTADO DE RESULTADOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ingresos x venta		\$220.699.375	\$609.062.500	\$1.004.452.750	\$1.399.843.000	\$1.574.533.875	\$1.581.561.000	\$1.629.007.830	\$1.677.878.065
Gastos Administración		(\$84.902.304)	(\$196.427.304)	(\$311.497.304)	(\$426.567.304)	(\$456.735.000)	(\$460.495.000)	(\$460.495.000)	(\$460.495.000)
Gasto x Sueldos		(\$117.117.579)	(\$234.235.158)	(\$392.311.755)	(\$509.429.334)	(\$509.429.334)	(\$509.429.334)	(\$509.429.334)	(\$509.429.334)
Gasto Publicidad		(\$8.160.000)	(\$14.116.000)	(\$14.646.000)	(\$22.588.000)	(\$22.588.000)	(\$22.588.000)	(\$22.588.000)	(\$22.588.000)
EBITDA		\$10.519.492	\$164.284.037	\$285.997.691	\$441.258.362	\$585.781.541	\$589.048.666	\$636.495.496	\$685.365.731
EBITDA/Ingresos		4,8%	27,0%	28,5%	31,5%	37,2%	37,2%	39,1%	40,8%
Depreciación Propiedad		(\$7.000.000)	(\$14.000.000)	(\$21.000.000)	(\$28.000.000)	(\$28.000.000)	(\$28.000.000)	(\$28.000.000)	(\$28.000.000)
Depreciación Vehículos		(\$7.500.000)	(\$15.000.000)	(\$15.000.000)	(\$15.000.000)	(\$7.500.000)	(\$15.000.000)	(\$15.000.000)	\$0
Venta Activos							\$ 9.000.000		\$ 9.000.000
Resultado antes de impto		(\$3.980.508)	\$135.284.037	\$249.997.691	\$398.258.362	\$550.281.541	\$555.048.666	\$593.495.496	\$666.365.731
Impuesto	27%	\$0	(\$36.526.690)	(\$67.499.377)	(\$107.529.758)	(\$148.576.016)	(\$149.863.140)	(\$160.243.784)	(\$179.918.747)
Utilidad Neta		(\$3.980.508)	\$98.757.347	\$182.498.314	\$290.728.604	\$401.705.525	\$405.185.526	\$433.251.712	\$486.446.983
Utilidad/Ingresos		-1,8%	16,2%	18,2%	20,8%	25,5%	25,6%	26,6%	29,0%
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
ACTIVOS									
Efectivo	\$52.171.409	\$135.816.589	\$335.682.619	\$613.786.535	\$955.003.445	\$1.393.142.287	\$1.871.327.813	\$2.347.579.524	\$2.892.026.508
GPPA	\$10.500.000	\$21.000.000	\$31.500.000	\$42.000.000	\$42.000.000	\$42.000.000	\$42.000.000	\$42.000.000	\$42.000.000
Inventario	\$5.000.000	\$10.000.000	\$15.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000
Activo por impuestos	\$17.100.000	\$1.968.957							
Activo por PPM		\$2.206.994							
Total Activos Corrientes	\$84.771.409	\$170.992.540	\$382.182.619	\$675.786.535	\$1.017.003.445	\$1.455.142.287	\$1.933.327.813	\$2.409.579.524	\$2.954.026.508
PPE	\$85.000.000	\$170.000.000	\$255.000.000	\$340.000.000	\$340.000.000	\$340.000.000	\$340.000.000	\$340.000.000	\$340.000.000
Depreciación acum		(\$14.500.000)	(\$43.500.000)	(\$79.500.000)	(\$122.500.000)	(\$158.000.000)	(\$201.000.000)	(\$244.000.000)	(\$272.000.000)
Total Activos No Corrientes	\$85.000.000	\$155.500.000	\$211.500.000	\$260.500.000	\$217.500.000	\$182.000.000	\$139.000.000	\$96.000.000	\$68.000.000
TOTAL ACTIVOS	\$169.771.409	\$326.492.540	\$593.682.619	\$936.286.535	\$1.234.503.445	\$1.637.142.287	\$2.072.327.813	\$2.505.579.524	\$3.022.026.508
PASIVOS									
Proveedores									
Total Pasivos Corrientes	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0

Total Pasivos No Corrientes	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL PASIVOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
PATRIMONIO									
Capital	\$169.771.409	\$330.473.048	\$498.905.780	\$659.011.382	\$666.499.687	\$667.433.005	\$697.433.005	\$697.433.005	\$727.433.005
Utilidad acumulada	0	(\$3.980.508)	\$94.776.839	\$277.275.153	\$568.003.757	\$969.709.282	\$1.374.894.808	\$1.808.146.520	\$2.294.593.503
Total Patrimonio	\$169.771.409	\$326.492.540	\$593.682.619	\$936.286.535	\$1.234.503.445	\$1.637.142.287	\$2.072.327.813	\$2.505.579.524	\$3.022.026.508
PASIVOS+PATRIMONIO	\$169.771.409	\$326.492.540	\$593.682.619	\$936.286.535	\$1.234.503.445	\$1.637.142.287	\$2.072.327.813	\$2.505.579.524	\$3.022.026.508
ROE		-1,2%	16,6%	19,5%	23,6%	24,5%	19,6%	17,3%	16,1%
ROA		3,2%	27,7%	30,5%	35,7%	35,8%	28,4%	25,4%	22,7%
ROI		-101%	-73%	-49%	-19%	11%	12%	20%	34,9%
FLUJO DE EFECTIVO									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	
Efectivo Actividades Operación									
Utilidad	0	(\$3.980.508)	\$98.757.347	\$182.498.314	\$290.728.604	\$401.705.525	\$405.185.526	\$433.251.712	\$486.446.983
Depreciación	0	\$14.500.000	\$29.000.000	\$36.000.000	\$43.000.000	\$35.500.000	\$43.000.000	\$43.000.000	\$28.000.000
Total Efectivo Operaciones	\$10.519.492	\$127.757.347	\$218.498.314	\$333.728.604	\$437.205.525	\$448.185.526	\$476.251.712	\$514.446.983	
Efectivo actividades inversión									
PPE	(\$85.000.000)	(\$85.000.000)	(\$85.000.000)	(\$85.000.000)					
Arriendo adelantado	(\$10.500.000)	(\$10.500.000)	(\$10.500.000)	(\$10.500.000)					
Inventario	(\$5.000.000)	(\$5.000.000)	(\$5.000.000)	(\$5.000.000)					
Total Efectivo Inversión	(\$100.500.000)	(\$100.500.000)	(\$100.500.000)	(\$100.500.000)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Efectivo por financiamiento									
Capital	\$169.771.409	\$160.701.639	\$168.432.732	\$160.105.602	\$7.488.306	\$933.317	\$30.000.000	\$0	\$30.000.000
IVA	(\$17.100.000)	(\$1.968.957)							
Iva recuperado		\$17.100.000	\$1.968.957						
PPM pagado		(\$2.206.994)							
PPM recuperado		\$0	\$2.206.994						
Total Efectivo Financiamiento	\$152.671.409	\$173.625.689	\$172.608.682	\$160.105.602	\$7.488.306	\$933.317	\$30.000.000	\$0	\$30.000.000
Aumento Efectivo	\$52.171.409	\$83.645.180	\$199.866.029	\$278.103.916	\$341.216.910	\$438.138.842	\$478.185.526	\$476.251.712	\$544.446.983
Caja inicial	0	\$52.171.409	\$135.816.589	\$335.682.619	\$613.786.535	\$955.003.445	\$1.393.142.287	\$1.871.327.813	\$2.347.579.524
Caja Final	\$52.171.409	\$135.816.589	\$335.682.619	\$613.786.535	\$955.003.445	\$1.393.142.287	\$1.871.327.813	\$2.347.579.524	\$2.892.026.508

7.3. Análisis de Sensibilidad

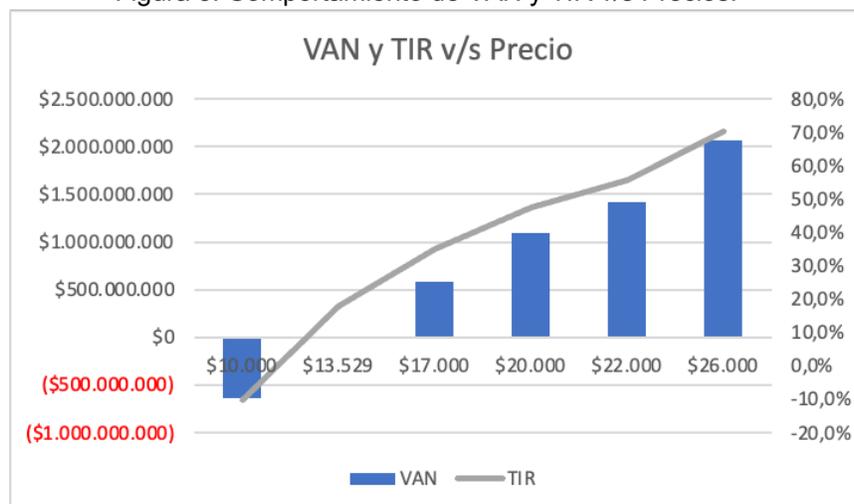
Para el caso del proyecto con financiamiento y perpetuidad creciente, es necesaria la revisión de cómo se comporta este a medida que se realiza el movimiento de variables críticas como en el caso de la tasa de descuento r , con la cual el proyecto, en condición *Ceteris Paribus*, permite su variación ascendente hasta un 68,3%, valor en el cual el VAN del proyecto se vuelve igual cero (Ver Figura 2). Adicional a esto se puede apreciar que el proyecto permite la baja de su precio de estadía diaria en los establecimientos a \$13.529 lo que representa una disminución de un 39%, precio al cual el VAN del proyecto se vuelve igual a cero (Ver Figura 3) manteniendo todo lo demás constante.

Figura 2: Curva Comportamiento VAN v/s Tasa de Descuento.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3: Comportamiento de VAN y TIR v/s Precios.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16: Sensibilización VAN v/s Arriendo Terreno y Precios

		Arriendo Terreno		
		\$ 3.500.000	\$ 10.736.751	\$ 15.000.000
Precio	\$ 10.000	-\$ 639.661.356	-\$ 2.452.940.245	-\$ 3.571.450.926
	\$ 13.162	-\$ 65.152.470	-\$ 1.732.745.991	-\$ 2.834.124.626
	\$ 17.000	\$ 588.629.951	-\$ 908.769.526	-\$ 1.958.581.865
	\$ 20.000	\$ 1.088.268.192	-\$ 352.957.550	-\$ 1.291.466.543
	\$ 22.000	\$ 1.421.360.352	\$ -	-\$ 902.031.141
	\$ 26.000	\$ 2.071.254.567	\$ 675.958.077	-\$ 178.463.375

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17: Sensibilización VAN v/s Cantidad de Caniles y Precios

		# Caniles			
		30	36,8	50	60
Precio	\$ 10.000	-\$ 2.426.125.847	-\$ 1.792.087.732	-\$ 639.661.356	\$ 83.962.590
	\$ 13.529	-\$ 1.933.025.505	-\$ 1.203.842.766	\$ -	\$ 796.931.895
	\$ 20.000	-\$ 1.051.835.379	-\$ 262.479.904	\$ 1.088.268.192	\$ 2.074.114.751
	\$ 22.000	-\$ 801.721.312	\$ -	\$ 1.421.360.352	\$ 2.453.794.980
	\$ 26.000	-\$ 351.602.264	\$ 500.560.414	\$ 2.071.254.567	\$ 3.212.871.834

Fuente: Elaboración propia.

En una revisión de sensibilidad bi-dimensional se puede apreciar que el proyecto es altamente sensible a la variación de la cantidad de espacios para alojar mascotas o caniles. Cabe destacar que la variación de 50 a 60 caniles, manteniendo las demás condiciones constantes incluido el precio, permite que el VAN del proyecto aumente un 73%. Así también es necesario mencionar que la disminución de estos espacios a un total de 37 caniles, lo que representa una caída de un 26% respecto al diseño original, nos provocara la caída del VAN a un valor igual a cero (Ver Tabla 17).

Se considero como un factor crítico, por su probabilidad de variar sujeto a factores exógenos, la variación del costo del arriendo de los terrenos, los cuales, en el caso de aumentar, el proyecto permite la variación de estos en un 207%, sobre estos costos el proyecto se vuelve con VAN negativo y una rentabilidad por debajo de la tasa de descuento del proyecto (Ver Tabla 16).

VIII. Riesgos Críticos

Con el objeto de poder identificar y presentar los posibles riesgos críticos que pudieran afectar la correcta operación y entrega de los servicios del hotel y/o actividad del negocio, los riesgos se identificarán como riesgos críticos internos y externos.

Los principales riesgos críticos internos que podría afectar el desempeño de **Crown Pet Plaza** se relacionan con una negativa experiencia que pudiera sufrir un cliente con su mascota, respecto al servicio del cliente, donde la mascota se vea involucrada en algún tipo de incidente dentro de las dependencias del hotel o durante algún trayecto de su traslado, lo cual pudiera generar algún tipo de daño, fuga del recinto, robo, enfermedad y/o hasta la muerte de la mascota. Otro riesgo crítico interno, tiene que ver con el reclutamiento del personal o contratación de los funcionarios, donde exista la eventualidad que el trato tanto a los animales como a sus dueños, pudieran generar un impacto negativo o falta de compromiso con los objetivos del proyecto. Respecto a la eventualidad que alguno de los dueños de mascotas llegase a dejar su animal en las instalaciones del hotel, de manera irresponsable y perpetua, la administración del hotel tendrá que tomar las acciones legales pertinente con el dueño de la mascota, e informar a las autoridades municipales, de manera de coordinar el traslado del animal hacia alguno de los refugios o centros de mantención temporal de mascotas sin fines de lucros, que se encuentran bajo la supervisión municipal. Esto claramente, es un riesgo crítico que podría afectar en el funcionamiento del hotel y del negocio.

Como riesgos críticos externos que pudieran afectar el normal funcionamiento del hotel o ejercicio del negocio, se identifican los siguientes: impacto negativo respecto a un incumplimiento en materia de autorización o permiso normativo sanitario o tributario, así como también algún reclamo de la comunidad adyacente o colindante al hotel ante la autoridad, podría generar dificultades en la continuidad de operación y entrega del servicio. Otro riesgo crítico externo, que pudiera afectar el negocio, tiene que ver con las estimaciones erradas del mercado y de la demanda, así como también impactos en la economía mundial y nacional, escenarios que podrían resultar en una rentabilidad no valorada o negativa para el negocio. Por otra parte, en materia de salud pública mundial y/o nacional, otra pandemia como la vivida entre los años 2019 y 2021 (SARS-COV-2- COVID19), impactarían de manera negativa en el negocio del cuidado y alojamiento de las mascotas, producto del confinamiento de las personas en sus hogares, restringiendo al máximo las salidas y viajes de los dueños de mascotas.

IX. Propuesta Inversionista

La propuesta de Hoteles *Premium* para Mascotas **Crown Pet Plaza**, ofrece los servicios de alojamiento (hospedaje) y guardería temporal para perritos, además de atención primaria veterinaria, servicio de peluquería/SPA, adiestramiento y venta minorista de artículos para el cuidado de las mascotas (*Pet Shop*).

El proyecto necesitara de fuentes de financiamiento para reunir el capital necesario para la puesta en operación de la cadena. Esta inversión alcanza un monto de CLP \$360.628.941 la cual se levantara en 3 rondas para levantar fondos. Cabe destacar que los socios fundadores aportaran el 40% de la inversión. Para el levantamiento de la primera ronda se ofrecerá un 15% de la propiedad por un monto de CLP \$101.862.845. La segunda ronda necesitara levantar capital por CLP \$90.109.288 ofreciendo otro 15% de propiedad del proyecto y finalmente, la tercera ronda levantara financiamiento por un monto de CLP \$24.405.231 por un 10% de propiedad.

Figura 4: Fuentes de Financiamiento y Propiedad.

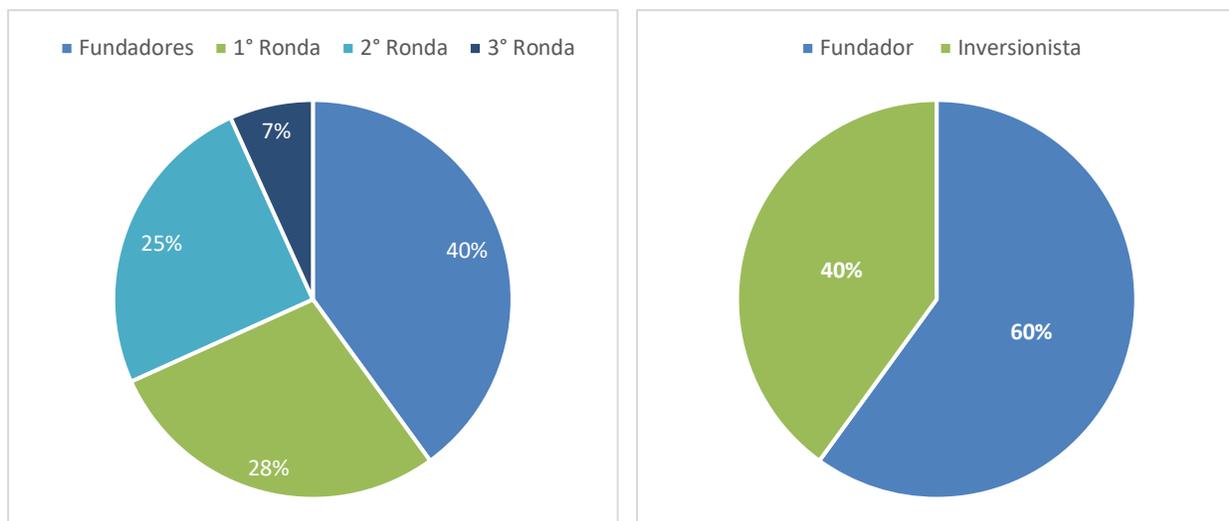


Tabla 18: Flujo de caja Fundador e Inversionistas

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Flujo de Caja Proyecto	(\$169.771.409)	(\$150.182.147)	(\$40.675.384)	\$58.392.712	\$326.240.298	\$436.272.208	\$418.185.526	\$476.251.712	\$3.868.574.563
	17,81%	Real anual		Payback	5 años				
VAN	\$ 1.421.360.352	TIR	55,6%						
Flujo de Caja Fundadores		60%	40%						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
VAN	(\$67.908.564)	(\$60.072.859)	(\$16.270.154)	\$35.035.627	\$195.744.179	\$261.763.325	\$250.911.316	\$285.751.027	\$2.321.144.738
	\$918.128.882,32								
TIR	67%								
Flujo de Caja Inversionistas	40%	60%							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
VAN	(\$101.862.845)	(\$90.109.288)	(\$24.405.231)	\$23.357.085	\$130.496.119	\$174.508.883	\$167.274.210	\$190.500.685	\$1.547.429.825
	\$503.231.469								
TIR	45%								

Es importante señalar que en el caso de vender la empresa se utilizará el criterio de tomar en cuenta 5,3 veces el EBITDA (Fuente: First Page Sage / Hotel & Resort) del quinto año de operación, lo que nos da un valor de \$3.104.642.166 (US\$ 3,7 millones aproximadamente) esto implica aumentar el valor de la inversión en 8,6 veces de acuerdo a lo mostrado en tabla 19.

Tabla 19: Valorización empresa y multiplicador inversión

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Valorización 5,3 x EBITDA	\$55.753.306	\$870.705.398	\$1.515.787.762	\$2.338.669.317	\$3.104.642.166	\$3.121.957.929	\$3.373.426.128	\$3.632.438.372
Multiplicador Inversión	0,2	2,4	4,2	6,5	8,6	8,7	9,4	10,1

Para el final del proyecto se consideró la opción de continuar con una perpetuidad creciente, tomando en cuenta el crecimiento constante del mercado de un 3%. Esto nos permite obtener un valor de desecho de CLP \$3.384.127.579.

En términos generales, el inversionista debe considerar, que el proyecto presenta un VAN positivo estimado en CLP \$1.421.360.352, con una rentabilidad del proyecto TIR de 55,6% asociado a una Tasa de Descuento de un 17,81% real anual, indicadores financieros que reafirman la viabilidad del proyecto. En consistencia con lo anterior, el *Payback* que presenta **Crown Pet Plaza** es de 5 años para la recuperación del capital inicial de la inversión.

X. Conclusiones

Crown Pet Plaza nace como una alternativa y solución clara con servicios *premium* para cubrir la necesidad de aquellos hogares que tienen un ritmo de viajes importante durante el año, y que buscan resolver el cuidado de su mascota con un tercero, que le entregue confianza y tranquilidad, con un trato integral para su regalón.

La industria es atractiva, donde la tendencia mundial de “humanizar” a las mascotas y considerarlas un integrante más en el grupo familiar, junto con los efectos post pandemia donde las personas buscan salir y viajar, buscando recuperar el “tiempo perdido”, además de las barreras bajas de entradas identificadas y lo no fácil de imitar el modelo en el corto plazo, dan sustento y otorgan potencial a **Crown Pet Plaza** como una oportunidad de negocio exitosa.

Finalmente, desde la evaluación financiera del proyecto, es importante destacar que los indicadores financieros son positivos, donde se observa un *Payback* de 4 años para la evaluación de un hotel (*stand alone*) y de 5 años para la cadena de hoteles, para un período de evaluación de 8 años. El VAN del proyecto para un hotel (*stand alone*) presenta un valor de CLP \$834.577.825 con una rentabilidad TIR de 61,8% y para la cadena de hoteles presenta un valor de CLP \$1.421.360.352 con una rentabilidad TIR de 55,6%, ambos con una Tasa de Descuento del 17,81% real anual. Respecto a la inversión, para el caso de un hotel (*stand alone*) se requiere de una inversión inicial de CLP \$169.771.409, y para el caso de la cadena de hoteles, una inversión de CLP \$360.628.941. El resultado de los indicadores financieros para la evaluación de un hotel (*stand alone*) para el año 8, son los siguientes: ROE 18,4%, ROA 26,2% y ROI 49,6%. Para la evaluación de la cadena de hoteles, el resultado de los indicadores al año 8 son: ROE 16,1%, ROA 22,7% y ROI 34,9%.

Tomando en consideración todo el análisis y su respectiva evaluación financiera, se concluye que, en el caso de llevar adelante la ejecución del proyecto, este presenta buenos dividendos, llegando a ser un negocio exitoso y referente dentro del mercado de hoteles y cuidados para mascotas a nivel nacional.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- Sanhueza Waleska, Septiembre 2019, “*Shera-Pet*” HOSPEDAJE, SERVICIOS INTEGRALES PREMIUM Y VENTA MINORISTA DE ARTÍCULOS PARA PERROS, Universidad de Chile.
- Gallardo Ariel, Julio 2020, “*Partner!*” El ecosistema del mundo Pet, Universidad de Chile.
- Blanco Daniela, Enero 2021, Hotel Pet Friendly “*Guau-Riott*”, Universidad de Chile.
- Sanhuez Waleska, Septiembre 2019, Hospedaje, Servicios Integrales Premium y Venta Minorista de Artículos para Perros , Universidad de Chile.
- Estilos de vida de los GSE Chile, GFK-Chile 3D, 2019.
- Norma Técnica 228 Decreto Exento 65 SSP 2022.
- Boletín Técnico Primera Encuesta PTRAC, Noviembre 2021.
- Encuesta Cadem: “El Chile que viene – Mascotas”, Marzo 2022.
- Programa de Tenencia Responsable de Animales de Compañía Mascota Protegida PTRAC – SUBDERE 2021
 - <https://www.subdere.gov.cl/sala-de-prensa/las-curiosidades-del-registro-nacional-de-mascotas-dos-años-de-su-obligatoriedad>
 - <http://www.tenenciaresponsablemascotas.cl/wp-content/uploads/2022/03/Boletín-Técnico-Estudio-población-PTRAC.pdf>
 - <https://www.tucasafacil.cl/modelo/techo-mixto-183-m2/>

ANEXOS

ANEXO 1: Tarifas de apoyo para presupuesto de Marketing

Información Letreros (Fuente: OOH Publicidad)				
Letreros camineros (Mensual)				
Ruta 5 Sur / Norte:	\$250.000	\$600.000		
Ruta 68:	\$350.000	\$1.300.000		
Letreros Unipole (Mensual)				
Ruta 5 Sur / Norte / 68:	\$700.000	\$2.200.000		
Pantallas LED (Mensual)				
Regiones:	\$600.000	\$1.500.000		
Página Web (Anual)				
Fuente: GoDaddy	\$180.000			
Agencia Publicidad (Anual)				
	\$4.800.000			
Radio BIO BIO Valparaíso	\$16.000	por pasada	más IVA	se contempla una pasada por día por 4 días
Radio BIO BIO Concepción	\$46.000	por pasada	mas IVA	
Radio BIO BIO Antofagasta	\$10.000	por pasada	mas IVA	

ANEXO 2: Descripción grupos socioeconómicos en Chile

Grupos Socio Económicos objetivos (AIM 2019 y GFK 2019):

Segmento AB cuenta con un total de 94.405 hogares representando a 1,8% de los hogares en Chile, cuentan con un ingreso promedio del hogar de \$7.177.530 con 3,4 miembros por hogar. Los principales sostenedores del hogar cuentan con estudios profesionales universitarios completos en un 98% de los casos y tiene una edad promedio de 47,7 años. El 87% tiene acceso a salud privada y un 67% tiene seguro de salud.

Respecto al acceso a bienes, un 89% tiene tarjeta de crédito, un 90% tiene vehículo y un 93% de los casos tiene acceso a un teléfono móvil con plan de datos.

Respecto a cómo viven, el 13% vive en hogar tradicional y tienen mascotas en un 55%. El 46% vive en casa y el 83% tiene casa propia pagada o por pagar con un 95% de los casos con conexión a internet en su casa.

El 81% están dispuestos a pagar más por productos que les faciliten la vida y el 69% acostumbran a comprar marcas que se preocupan por su impacto ambiental.

Su alto poder adquisitivo les permite darse “lujos” desde el consumo para vivir una vida con mayor libertad y autonomía.

Segmento C1a cuenta con un total de 388.127 hogares representando a un 6% de los hogares en Chile, cuentan con un ingreso promedio del hogar de \$3.010391 con 3,5 miembros por hogar. Los principales sostenedores del hogar cuentan con estudios profesionales universitarios completos en un 93% de los encuestados con una edad promedio de 44 años. El 74% tiene acceso a salud privada y un 53% tiene seguro de salud.

Respecto al acceso a bienes, un 70% tiene tarjeta de crédito, un 81% tiene vehículo y un 90% de los casos tiene acceso a un teléfono móvil con plan de datos.

Respecto a cómo viven, el 31% vive en hogar tradicional y tienen mascotas en un 55%. El 49% vive en casa y el 76% tiene casa propia pagada o por pagar con un 94% de los casos con conexión a internet en su casa.

El 51% define su posición social como importante para ellos, el 62% están satisfechos con su aspecto o apariencia física y finalmente el 62% no les importa pagar más por un buen servicio.

Este segmento busca que lo reconozcan desde lo que es, lo que tiene y lo que ha podido alcanzar gracias a su trabajo.

Segmento C1b cuenta con un total de 413.064 hogares representando a un 6,3% del total de hogares en Chile contando con un ingreso promedio del hogar de \$2.072.853 con una cantidad de 3,6 miembros por hogar. Los principales sostenedores del hogar tienen una edad promedio de 46 años y

el 66% de estos tienen estudios universitarios completos. El 50% tiene acceso a salud privada y un 41% tiene seguro de salud.

Respecto al acceso a bienes, un 52% tiene tarjeta de crédito, un 71% tiene vehículo y un 84% de los casos tiene acceso a un teléfono móvil con plan de datos.

El 29% vive en un hogar tradicional con un 55% de los encuestados con tenencia de mascota. El 68% vive en casa y el 70% tiene casa propia pagada o por pagar.

El 77% de los encuestados hace las cosas que más le gustan como una de sus motivaciones principales, así como divertirse y pasarlo bien es uno de sus valores centrales en un 66%.

Este segmento vive para pasarlo bien. Pero, aunque su propio disfrute está en primer lugar, le gusta estar rodeado de personas que lo acompañen en esta búsqueda.

Segmento C2 cuenta con un total de 747.863 hogares representando a un 11,2% de los hogares chilenos con un ingreso promedio por hogar de \$1.500.774 y una cantidad de 3,8 miembros. Los principales sostenedores del hogar tienen una edad promedio de 47 años y el 26% de estos tienen estudios universitarios completos. El 27% tiene acceso a salud privada con un 25% que tiene seguro de salud.

Respecto al acceso a bienes, un 31% tiene tarjeta de crédito, un 60% tiene vehículo y un 75% de los casos tiene acceso a un teléfono móvil con plan de datos.

El 27% vive en un hogar tradicional con un 57% de los encuestados con tenencia de mascota. El 78% vive en casa y el 60% tiene casa propia pagada o por pagar con un 91% de acceso a conexión de internet en su casa.

El 60% considera que Chile es el mejor país para vivir en Latinoamérica con un 57% de los encuestados a los cuales les gusta ser los primeros en probar la nueva tecnología.

ANEXO 3: Cantidad de Hogares por grupo socio económico

HOGARES 2017 POR GSE AIM (ACTUALIZADOS SEGÚN CENSO 2017) - COMUNAS AUTORREPRESENTADAS ENCUESTA CASEN - FUENTE: AIM-INE

Tabla cruzada comuna 2* Nivel socioeconómico

Recuento

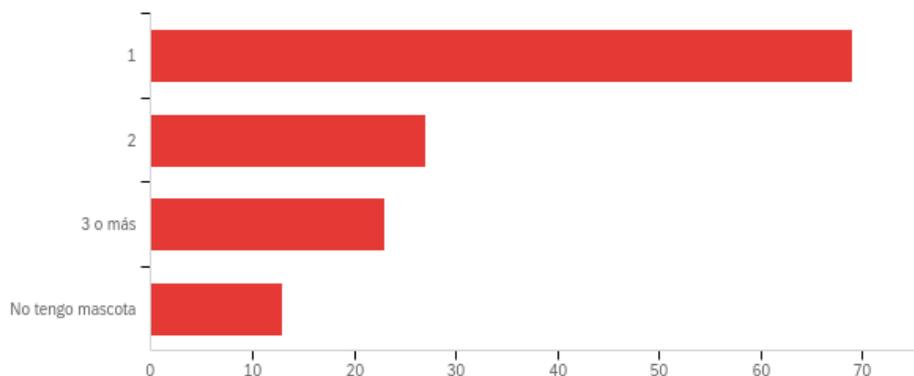
		Nivel socioeconómico						
		E	D	C3	C2	C1b	C1a	AB
Comuna	Iquique+Alto Hospicio	7.414	30.525	26.996	12.263	6.343	5.465	882
	Antofagasta	5.772	26.500	34.862	19.697	7.997	8.303	1.582
	Copiapó	3.607	15.127	16.389	7.046	3.446	2.992	397
	La Serena+Coquimbo	19.760	57.367	39.263	16.482	7.516	4.992	474
	Valparaíso+Viña del Mar	26.115	75.756	57.256	28.338	17.910	19.984	3.031
	Rancagua	12.588	29.114	22.424	11.317	4.614	3.409	254
	Talca	10.340	26.913	19.302	8.074	5.514	3.899	989
	Concepción+Talcahuano	13.457	45.130	33.012	17.051	11.415	6.822	892
	Temuco+Padre Las Casas	21.565	46.816	26.347	12.922	7.195	6.846	1.124
	Puerto Montt	11.828	35.069	19.361	8.577	4.891	4.061	536
	Coyhaique	1.635	7.034	5.821	2.962	1.873	2.103	235
	Punta Arenas	1.909	11.926	15.775	7.508	4.075	3.436	556
	Santiago	7.993	32.148	41.892	36.889	25.521	29.849	5.471
	Cerrillos	2.900	9.360	6.678	2.624	1.164	1.260	-
	Cerro Navia	5.230	17.537	10.446	2.944	906	264	45
	Conchalí	4.995	13.867	11.592	4.524	1.321	600	2
	El Bosque	7.219	19.440	12.680	3.757	2.144	1.397	14
	Estación Central	3.904	19.482	14.750	4.561	1.511	1.291	255
	Huechuraba	2.628	11.636	8.416	3.374	1.245	318	119
	Independencia	4.158	9.959	11.140	4.581	2.577	1.323	12
	La Cisterna	1.656	7.079	8.505	6.924	3.875	1.888	128

La Florida	7.012	35.124	32.874	18.621	10.707	10.267	717
La Granja	4.554	13.250	11.061	3.386	1.054	364	-
La Pintana	9.563	24.183	11.613	2.498	975	48	186
La Reina	584	3.660	6.049	3.784	3.321	7.062	4.228
Las Condes	503	4.323	10.467	13.877	19.433	37.244	25.309
Lo Barnechea	1.020	5.133	8.357	2.884	1.656	3.307	4.990
Lo Espejo	3.638	12.040	6.857	2.681	768	245	-
Lo Prado	2.154	12.014	10.391	3.260	748	415	15
Macul	2.271	8.574	12.044	7.051	5.503	4.467	313
Maipú	8.279	40.299	55.353	28.290	13.333	10.494	829
Ñuñoa	892	7.430	10.737	14.664	13.492	26.096	12.878
Pedro Aguirre Cerda	2.968	12.127	8.892	3.557	687	835	43
Peñalolén	5.701	26.266	18.668	5.907	4.818	5.836	1.630
Providencia	669	2.128	4.547	11.720	11.667	22.038	12.153
Pudahuel	5.877	28.085	22.200	6.891	2.575	1.529	26
Quilicura	6.149	19.147	20.382	7.591	3.127	3.636	641
Quinta Normal	2.635	10.952	12.697	6.495	2.794	967	-
Recoleta	5.762	20.809	13.467	4.328	2.280	1.443	200
Renca	4.984	17.051	14.485	3.524	1.406	719	51
San Joaquín	2.419	10.331	10.054	3.675	1.425	904	25
San Miguel	1.744	7.767	10.310	7.115	4.983	6.996	953
San Ramón	2.656	11.352	6.527	1.393	933	544	-
Vitacura	-	92	711	4.937	4.196	9.306	10.235
Puente Alto	18.695	60.126	50.954	24.906	7.447	4.486	68
San Bernardo	12.779	33.314	25.169	8.470	3.738	2.342	234
Valdivia	6.883	18.648	14.674	6.742	4.214	4.810	593
Arica	7.723	25.677	19.336	7.130	3.741	2.783	313
Chillán+Chillán Viejo	12.475	29.361	16.599	7.115	4.890	3.006	240
Total	317.262	1.047.048	888.382	444.907	258.964	282.691	93.868

ANEXO 4: Encuesta de investigación.

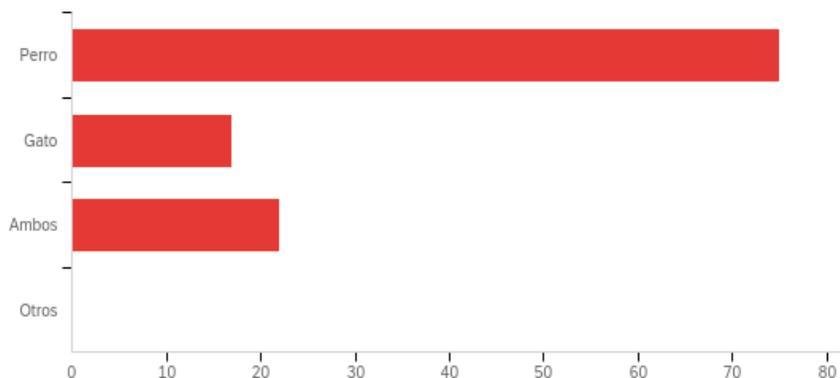
Encuesta de Investigación Qualtrics: "Alojamiento Premium para Mascotas"

Q2 - ¿Cuántas mascota(s) tienes?



#	Respuesta	%	Recuento
1	1	52.27%	69
2	2	20.45%	27
3	3 o más	17.42%	23
4	No tengo mascota	9.85%	13
	Total	100%	132

Q3 - ¿Qué mascota(s) tienes?



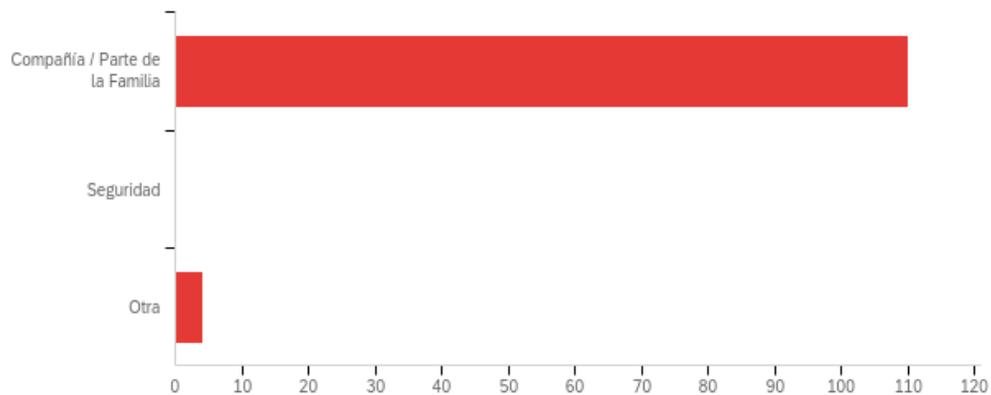
#	Field	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza	Recuento
1	¿Qué mascota(s) tienes?	1.00	3.00	1.54	0.80	0.63	114

#	Respuesta	%	Recuento
1	Perro	65.79%	75
2	Gato	14.91%	17
3	Ambos	19.30%	22
4	Otros	0.00%	0
	Total	100%	114

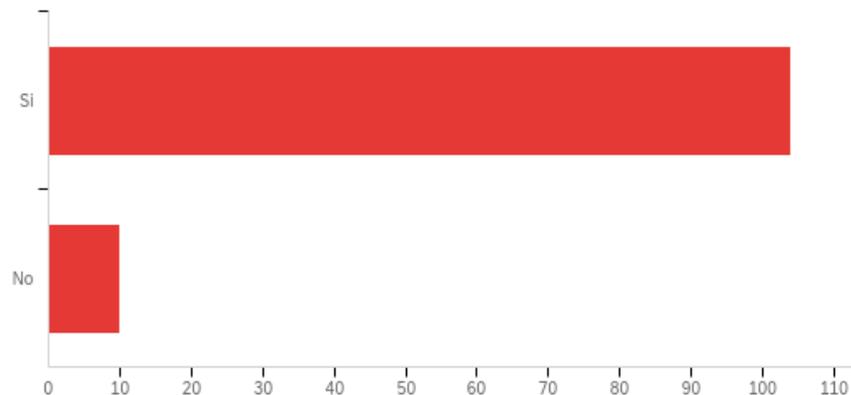
Q4 - ¿Por qué motivo tienes mascota(s)?

#	Field	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza	Recuento
1	¿Por qué motivo tienes mascota(s)?	1.00	3.00	1.07	0.37	0.14	114

#	Respuesta	%	Recuento
1	Compañía / Parte de la Familia	96.49%	110
2	Seguridad	0.00%	0
3	Otra	3.51%	4
	Total	100%	114



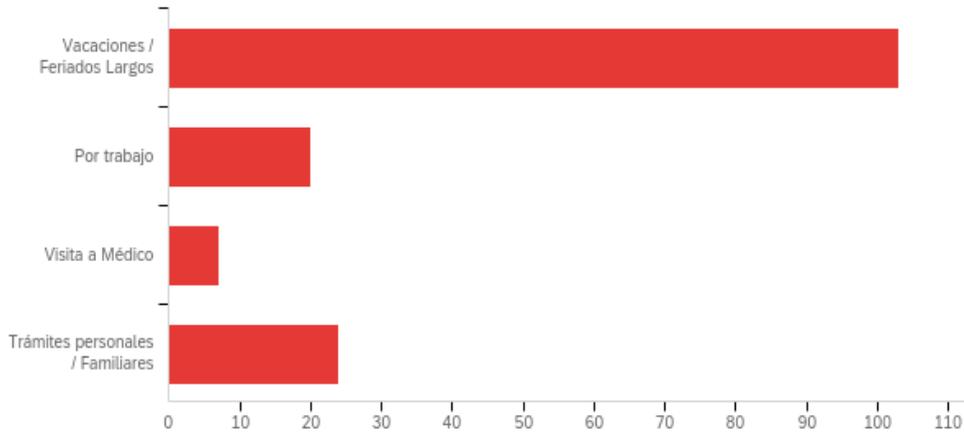
Q5 - ¿Has tenido que dejar tu mascota(s) al cuidado de un tercero (Hotel, Guardería, Familiar o amigo)?



#	Field	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza	Recuento
1	¿Has tenido que dejar tu mascota(s) al cuidado de un tercero (Hotel, Guardería, Familiar o amigo)?	1.00	2.00	1.09	0.28	0.08	114

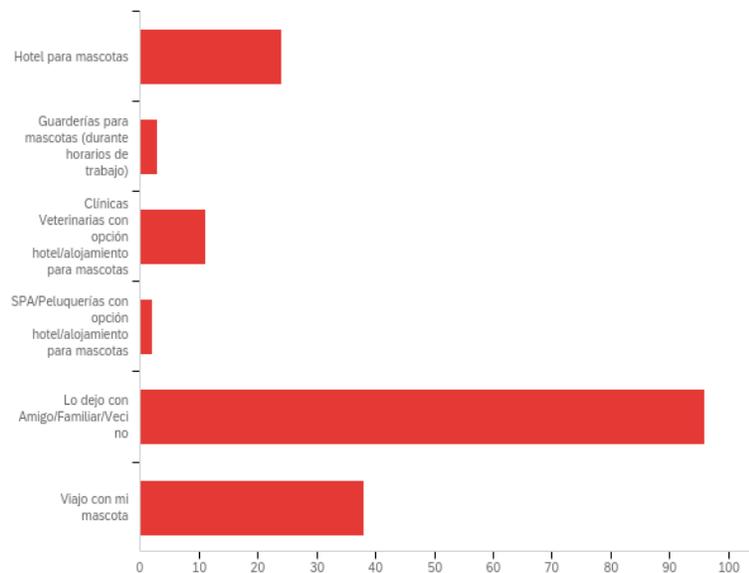
#	Respuesta	%	Recuento
1	Si	91.23%	104
2	No	8.77%	10
	Total	100%	114

Q6 - ¿Si la respuesta anterior es afirmativa, por qué motivo? (Máximo 2 Opciones)



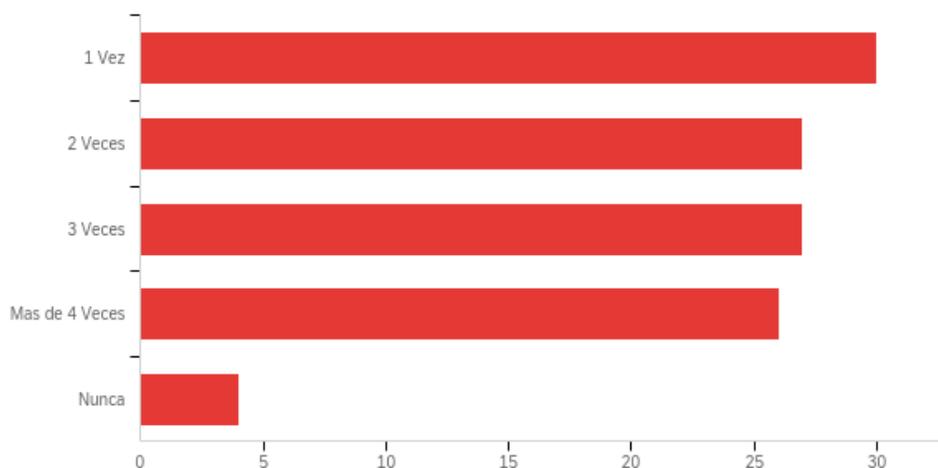
#	Respuesta	%	Recuento
1	Vacaciones / Feriados Largos	66.88%	103
2	Por trabajo	12.99%	20
3	Visita a Médico	4.55%	7
4	Trámites personales / Familiares	15.58%	24
	Total	100%	154

Q7 - ¿Dónde o con quién has dejado tu mascota(s)? (Máximo 3 Opciones)



#	Respuesta	%	Recuento
1	Hotel para mascotas	13.79%	24
2	Guarderías para mascotas (durante horarios de trabajo)	1.72%	3
3	Clínicas Veterinarias con opción hotel/alojamiento para mascotas	6.32%	11
4	SPA/Peluquerías con opción hotel/alojamiento para mascotas	1.15%	2
5	Lo dejo con Amigo/Familiar/Vecino	55.17%	96
6	Viajo con mi mascota	21.84%	38
	Total	100%	174

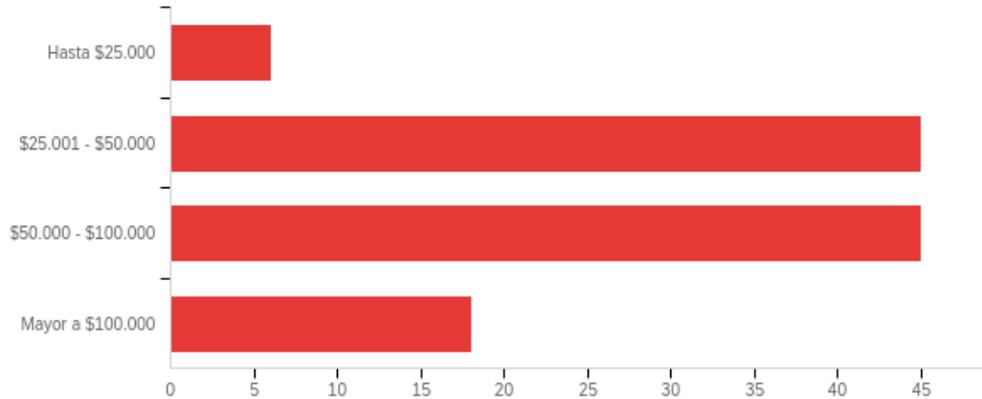
Q8 - Cantidad de veces en el año que deja a su mascota(s) al cuidado de un tercero (Hotel, Guardería, Familiar o amigo)



#	Field	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza	Recuento
1	Cantidad de veces en el año que deja a su mascota(s) al cuidado de un tercero (Hotel, Guardería, Familiar o amigo)	1.00	5.00	2.54	1.20	1.44	114

#	Respuesta	%	Recuento
1	1 Vez	26.32%	30
2	2 Veces	23.68%	27
3	3 Veces	23.68%	27
4	Mas de 4 Veces	22.81%	26
5	Nunca	3.51%	4
	Total	100%	114

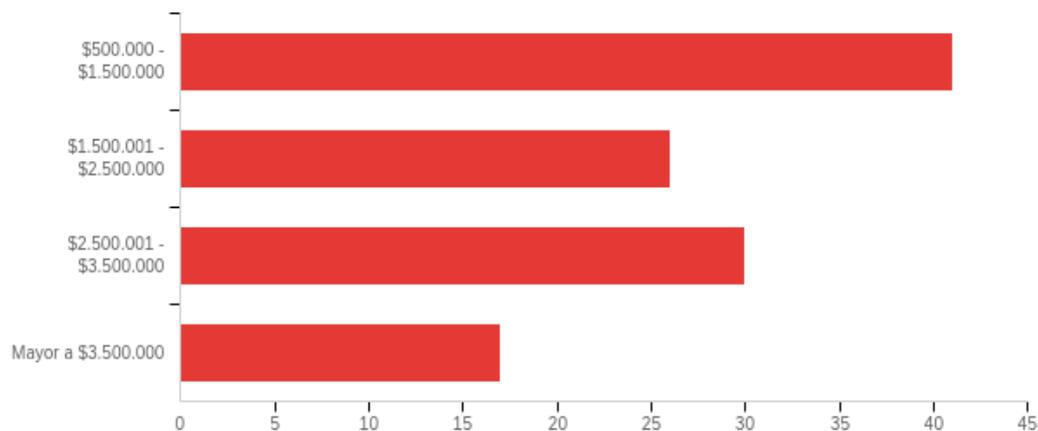
Q9 - ¿Cuánto gastas mensualmente en tu mascota(s) (Salud, alimentación, accesorios)?



#	Field	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza	Recuento
1	¿Cuánto gastas mensualmente en tu mascota(s) (Salud, alimentación, accesorios)?	1.00	4.00	2.66	0.80	0.65	114

#	Respuesta	%	Recuento
1	Hasta \$25.000	5.26%	6
2	\$25.001 - \$50.000	39.47%	45
3	\$50.000 - \$100.000	39.47%	45
4	Mayor a \$100.000	15.79%	18
	Total	100%	114

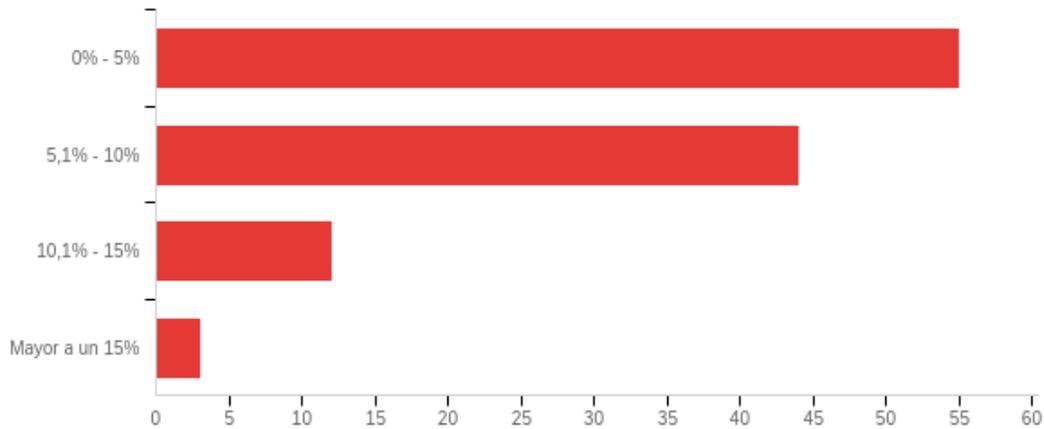
Q10 - Indique su rango de gasto de vacaciones



#	Field	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza	Recuento
1	Indique su rango de gasto de vacaciones	1.00	4.00	2.20	1.09	1.18	114

#	Respuesta	%	Recuento
1	\$500.000 - \$1.500.000	35.96%	41
2	\$1.500.001 - \$2.500.000	22.81%	26
3	\$2.500.001 - \$3.500.000	26.32%	30
4	Mayor a \$3.500.000	14.91%	17
	Total	100%	114

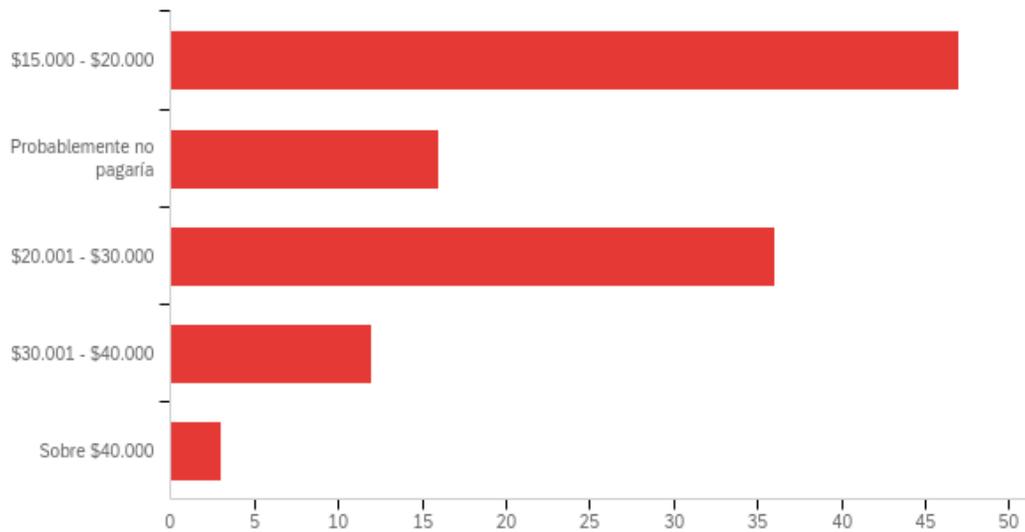
Q11 - ¿Qué porcentaje de gasto de sus vacaciones destinaría al alojamiento de su mascota(s)?



#	Field	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza	Recuento
1	¿Qué porcentaje de gasto de sus vacaciones destinaría al alojamiento de su mascota(s)?	1.00	4.00	1.68	0.77	0.59	114

#	Respuesta	%	Recuento
1	0% - 5%	48.25%	55
2	5,1% - 10%	38.60%	44
3	10,1% - 15%	10.53%	12
4	Mayor a un 15%	2.63%	3
	Total	100%	114

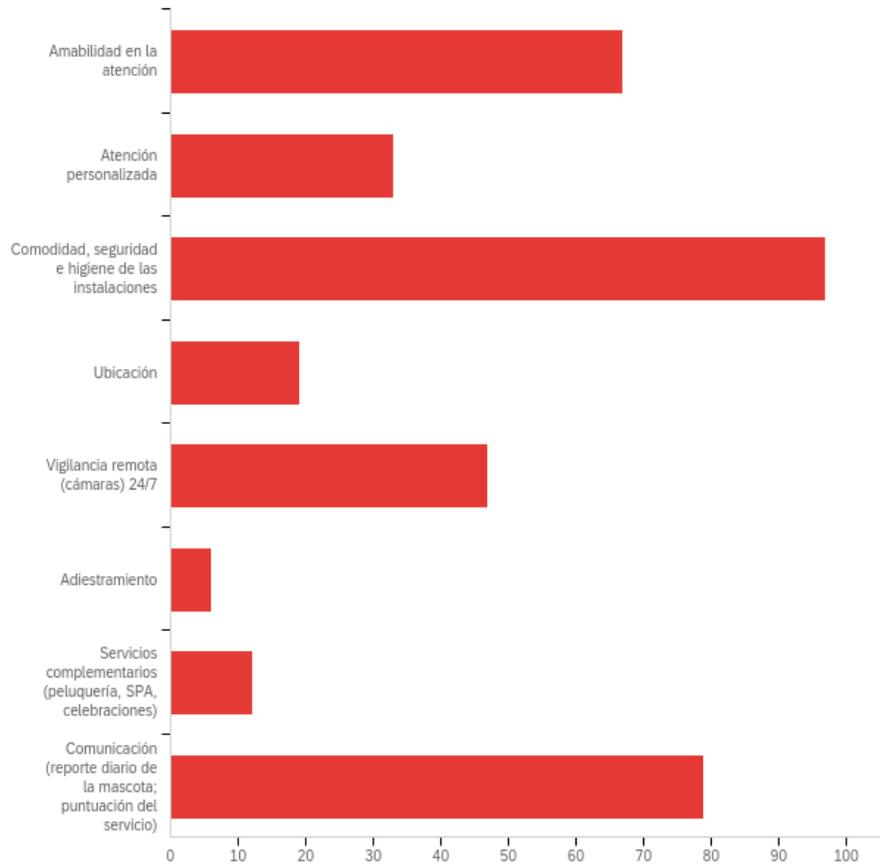
Q12 - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por un alojamiento premium para su mascota(s)?



#	Field	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza	Recuento
1	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por un alojamiento premium para su mascota(s)?	1.00	5.00	2.19	1.16	1.35	114

#	Respuesta	%	Recuento
1	\$15.000 - \$20.000	41.23%	47
2	Probablemente no pagaría	14.04%	16
3	\$20.001 - \$30.000	31.58%	36
4	\$30.001 - \$40.000	10.53%	12
5	Sobre \$40.000	2.63%	3
	Total	100%	114

Q13 - ¿Qué esperas de una experiencia de alojamiento de mascota(s) (Máximo 3 opciones)?



#	Respuesta	%	Recuento
1	Amabilidad en la atención	18.61%	67
2	Atención personalizada	9.17%	33
3	Comodidad, seguridad e higiene de las instalaciones	26.94%	97
4	Ubicación	5.28%	19
5	Vigilancia remota (cámaras) 24/7	13.06%	47
6	Adiestramiento	1.67%	6
7	Servicios complementarios (peluquería, SPA, celebraciones)	3.33%	12
8	Comunicación (reporte diario de la mascota; puntuación del servicio)	21.94%	79
	Total	100%	360

ANEXO 5: Tabla de Depreciaciones.

Valores y fechas

- UF
- Dolar
- UTM-UTA-IPC
- Datos y valores de Renta
- Datos y valores de IVA
- **Otros Valores**

Normativa y legislación

Redes sociales

Sitios de interés

Sobre el SII

[Volver](#)

[Compartir](#)

Nueva tabla de vida útil de los bienes físicos del activo inmovilizado

Nueva Tabla de Vida Útil fijada por el Servicio de Impuestos Internos para bienes físicos del activo inmovilizado, según [Resolución N°43, de 26-12-2002](#), con vigencia **a partir del 01-01-2003**

NÓMINA DE BIENES SEGUN ACTIVIDADES	NUEVA VIDA ÚTIL NORMAL	DEPRECIACIÓN ACELERADA
A.- ACTIVOS GENÉRICOS		
1) Construcciones con estructuras de acero, cubierta y entpisos 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

ANEXO 6: Betas Desapalancado por Sector - Damodaran.

26/7/23, 23:53

Total Beta



Total Betas by Sector (for computing private company costs of equity) - US

Data Used: Multiple data services

Date of Analysis: Data used is as of January 2023

Download as an excel file instead: <https://www.stern.nyu.edu/~adamodar/ps/datasets/totalbeta.xls>

For global datasets: https://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html

Variable Definitions can be obtained by clicking here

Download Detail on which companies are included in each industry

Industry Name	Number of firms	Average Unlevered Beta	Average Levered Beta	Average correlation with the market	Total Unlevered Beta	Total Levered Beta
Advertising	58	1.35	1.63	24.78%	5.43	6.59
Aerospace/Defense	77	1.23	1.41	35.48%	3.46	3.99
Air Transport	21	0.69	1.42	39.97%	1.74	3.54
Apparel	39	1.02	1.32	35.74%	2.84	3.71
Auto & Truck	31	1.23	1.54	28.60%	4.29	5.39
Auto Parts	37	1.20	1.47	35.95%	3.34	4.10
Bank (Money Center)	7	0.74	1.08	51.58%	1.43	2.09
Banks (Regional)	557	0.41	0.50	26.37%	1.57	1.91
Beverage (Alcoholic)	23	0.88	1.01	24.63%	3.58	4.11
Beverage (Soft)	31	1.20	1.30	24.19%	4.97	5.39
Broadcasting	26	0.70	1.32	29.55%	2.38	4.47
Brokerage & Investment Banking	30	0.69	1.20	43.27%	1.60	2.78
Building Materials	45	1.10	1.28	43.06%	2.55	2.97
Business & Consumer Services	164	1.02	1.17	30.68%	3.32	3.82
Cable TV	10	0.71	1.26	48.66%	1.45	2.58
Chemical (Basic)	38	0.96	1.25	28.99%	3.31	4.30
Chemical (Diversified)	4	1.09	1.41	35.34%	3.09	4.00
Chemical (Specialty)	76	1.12	1.28	36.81%	3.03	3.47
Coal & Related Energy	19	1.43	1.45	23.41%	6.10	6.20
Computer Services	80	0.99	1.17	27.68%	3.59	4.23
Computers/Peripherals	42	1.23	1.29	29.41%	4.17	4.39
Construction Supplies	49	1.08	1.26	41.63%	2.58	3.04
Diversified	23	0.94	1.04	27.54%	3.41	3.77
Drugs (Biotechnology)	598	1.20	1.24	22.87%	5.24	5.43
Drugs (Pharmaceutical)	281	1.18	1.27	20.21%	5.84	6.28
Education	33	0.99	1.10	27.16%	3.66	4.05
Electrical Equipment	110	1.43	1.59	28.92%	4.95	5.50
Electronics (Consumer & Office)	16	1.61	1.54	25.89%	6.23	5.94
Electronics (General)	198	1.12	1.20	30.27%	3.69	3.97
Engineering/Construction	43	1.02	1.20	39.10%	2.60	3.06
Entertainment	110	1.25	1.45	20.82%	5.99	6.96

https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/dataset/totalbeta.html

1/3

ANEXO 7: Premios por Riesgo de Mercado - Damodaran.

Country and Equity Risk Premiums

Date of update: 1-Jul-23

Enter the current risk premium for a mature equity market

5.00%

Do you want to adjust the country default spread for the additional volatility of the equity market to get to a country premium?

Yes

If yes, enter the multiplier to use on the default spread (See worksheet for volatility numbers for selected emerging markets)

1.42

Country	Africa	Moody's rating	Rating-based Default Spread	Total Equity Risk Premium	Country Risk Premium	Sovereign CDS, net of US	Total Equity Risk Premium2	Country Risk Premium3
Abu Dhabi	Middle East	Aa2	0.53%	5.75%	0.75%	0.27%	5.38%	0.38%
Albania	Eastern Europe & Russia	B1	4.82%	11.83%	6.83%	NA	NA	NA
Andorra (Principality of)	Western Europe	Baa2	2.04%	7.89%	2.89%	NA	NA	NA
Angola	Africa	B3	6.95%	14.86%	9.86%	10.04%	19.24%	14.24%
Argentina	Central and South America	Ca	12.84%	23.21%	18.21%	NA	NA	NA
Armenia	Eastern Europe & Russia	Ba3	3.85%	10.46%	5.46%	NA	NA	NA
Aruba	Caribbean	Baa2	2.04%	7.89%	2.89%	NA	NA	NA
Australia	Australia & New Zealand	Aaa	0.00%	5.00%	0.00%	0.00%	5.00%	0.00%
Austria	Western Europe	Aa1	0.43%	5.61%	0.61%	0.00%	5.00%	0.00%
Azerbaijan	Eastern Europe & Russia	Ba1	2.68%	8.80%	3.80%	NA	NA	NA
Bahamas	Caribbean	B1	4.82%	11.83%	6.83%	NA	NA	NA
Bahrain	Middle East	B2	5.88%	13.35%	8.35%	2.73%	8.87%	3.87%
Bangladesh	Asia	B1	4.82%	11.83%	6.83%	NA	NA	NA
Barbados	Caribbean	Caa1	8.02%	16.38%	11.38%	NA	NA	NA
Belarus	Eastern Europe & Russia	C	17.50%	29.82%	24.82%	NA	NA	NA
Belgium	Western Europe	Aa3	0.64%	5.91%	0.91%	0.00%	5.00%	0.00%
Belize	Central and South America	Ca2	9.63%	18.66%	13.66%	NA	NA	NA
Benin	Africa	B1	4.82%	11.83%	6.83%	NA	NA	NA
Bermuda	Caribbean	A2	0.91%	6.28%	1.28%	NA	NA	NA
Bolivia	Central and South America	Ca1	8.02%	16.38%	11.38%	NA	NA	NA
Bosnia and Herzegovina	Eastern Europe & Russia	B3	6.95%	14.86%	9.86%	NA	NA	NA
Botswana	Africa	A3	1.28%	6.82%	1.82%	NA	NA	NA
Brazil	Central and South America	Ba2	3.22%	9.57%	4.57%	2.45%	8.47%	3.47%
Bulgaria	Eastern Europe & Russia	Baa1	1.71%	7.43%	2.43%	0.97%	6.38%	1.38%
Burkina Faso	Africa	Ca1	8.02%	16.38%	11.38%	NA	NA	NA
Cambodia	Asia	B2	5.88%	13.35%	8.35%	NA	NA	NA
Cameroon	Africa	B2	5.88%	13.35%	8.35%	6.02%	13.34%	8.34%
Canada	North America	Aaa	0.00%	5.00%	0.00%	0.00%	5.00%	0.00%
Cape Verde	Africa	B3	6.95%	14.86%	9.86%	NA	NA	NA
Cayman Islands	Caribbean	Aa3	0.64%	5.91%	0.91%	NA	NA	NA
Chile	Central and South America	A2	0.91%	6.28%	1.28%	1.04%	6.48%	1.48%
China	Asia	A1	0.75%	6.07%	1.07%	0.57%	5.81%	0.81%
Colombia	Central and South America	Baa2	2.04%	7.89%	2.89%	3.11%	9.41%	4.41%
Congo (Democratic Republic of)	Africa	B3	6.95%	14.86%	9.86%	NA	NA	NA

ANEXO 8: Tasas para empresas Banco Estado.

CRÉDITOS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS												9	
CRÉDITOS COMERCIALES TASA NOMINAL												9.1	
	Hasta 89 días				Desde 90 días hasta 24 meses				Desde 24 meses hasta 48 meses				
	Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		
Monto del Préstamo	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	
inferior \$15.000.000	17,4%	1,45%	17,4%	1,45%	11,88%	0,99%	6,48%	0,54%	0%	0%	3,51%	0,2925%	
Desde \$15.000.000 inferior \$ 50.000.000	16,2%	1,35%	17,4%	1,45%	13,8%	1,15%	9,48%	0,79%	13,8%	1,15%	9,48%	0,79%	
sobre \$50.000.000	16,2%	1,35%	17,4%	1,45%	13,98%	1,1650%	9,48%	0,79%	13,98%	1,1650%	9,48%	0,79%	
CRÉDITOS COMERCIALES TASA REAJUSTABLE												9.2	
	Tasa de Interés Anual												
	Desde 49 a 96 meses			Desde 97 a 120 meses									
hasta UF 2.000	3,78%			3,7%									
sobre UF 2.000	5%			4,8%									
Para ciertos productos o servicios pueden existir gastos asociados (impuestos establecidos en la Ley de Timbre y gastos notariales), que también son de cargo del cliente y cuya cuantía varía en función de los montos.													

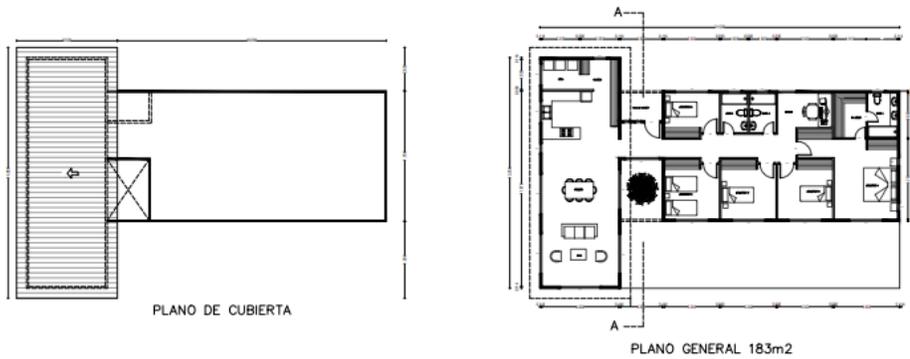
ANEXO 9: Propiedad a implementar.



Fuente: Tucasafacil.cl

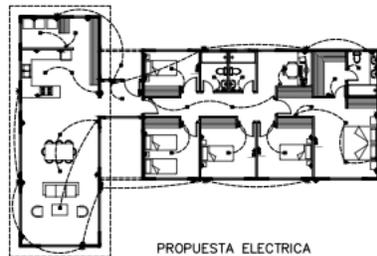


Fuente: Tucasafacil.cl



ESPECIFICACIONES

Código	Descripción	Unidad
1	Plancha	m ²
2	Alfombras 40x60 cm x 2 cm	m ²
3	Alfombras 60x90 cm x 2 cm	m ²
4	Alfombras 90x120 cm x 2 cm	m ²
5	Alfombras 120x150 cm x 2 cm	m ²
6	Alfombras 150x200 cm x 2 cm	m ²
7	Alfombras 200x300 cm x 2 cm	m ²
8	Alfombras 300x400 cm x 2 cm	m ²
9	Alfombras 400x500 cm x 2 cm	m ²
10	Alfombras 500x600 cm x 2 cm	m ²
11	Alfombras 600x800 cm x 2 cm	m ²
12	Alfombras 800x1000 cm x 2 cm	m ²
13	Alfombras 1000x1200 cm x 2 cm	m ²
14	Alfombras 1200x1500 cm x 2 cm	m ²
15	Alfombras 1500x2000 cm x 2 cm	m ²
16	Alfombras 2000x3000 cm x 2 cm	m ²
17	Alfombras 3000x4000 cm x 2 cm	m ²
18	Alfombras 4000x5000 cm x 2 cm	m ²
19	Alfombras 5000x6000 cm x 2 cm	m ²
20	Alfombras 6000x8000 cm x 2 cm	m ²



PROPUESTA ELECTRICA



ALZADA LATERAL



ALZADA PRINCIPAL



ALZADA LATERAL

MEDIDAS DE VANOS PARA PUERTAS Y VENTANAS

Elemento	Medida (cm)
Puerta interior	210 x 210
Puerta exterior	210 x 210
Ventana interior	120 x 120
Ventana exterior	120 x 120



ALZADA POSTERIOR



CORTE A-A

Fuente: Tucasafacil.cl

ANEXO 10: Flujos Financieros Mensuales Primer Año.

Precio estadia	\$22.000
Preferencia peluquería (Encuesta)	3,30%
Precio peluquería (promedio)	\$35.000
Porcentaje Traslados	20%
Precio Traslado (Promedio)	\$20.000
Porcentaje servicios veterinarios	20%
Precio Consulta	\$25.000

HOTELES PRIMER AÑO	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Utilización hotel	0%	0%	0%	0%	0%	32%	40%	32%	33%	71%	90%	48%
Total días del mes	30	31	30	31	31	31	30	31	30	31	28	31
Vacaciones	0	0	0	0	10	2	5	5	22	28	26	15
Feriatos						10	5	5	0			
Capacidad Hotel	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
# Ocupaciones Hotel	0	0	0	0	500	600	500	500	1100	1400	1300	750
Ingresos Hospedaje Contado	\$0	\$0	\$0	\$0	\$3.300.000	\$3.960.000	\$3.300.000	\$3.300.000	\$7.260.000	\$9.240.000	\$8.580.000	\$16.500.000
Ingresos Hospedaje Credito	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$7.700.000	\$9.240.000	\$7.700.000	\$7.700.000	\$16.940.000	\$21.560.000	\$20.020.000
Ingresos Peluquería/SPA Contado	\$0	\$0	\$0	\$0	\$173.250	\$207.900	\$173.250	\$173.250	\$381.150	\$485.100	\$450.450	\$259.875
Ingresos Peluquería/SPA Crédito	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$404.250	\$485.100	\$404.250	\$404.250	\$889.350	\$1.131.900	\$1.051.050
Ingresos Traslado Contado	\$0	\$0	\$0	\$0	\$600.000	\$720.000	\$600.000	\$600.000	\$1.320.000	\$1.680.000	\$1.560.000	\$900.000
Ingresos Traslado Crédito	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.400.000	\$1.680.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$3.080.000	\$3.920.000	\$3.640.000
Ingresos Serv Veterinarios Contado	\$0	\$0	\$0	\$0	\$750.000	\$900.000	\$750.000	\$750.000	\$1.650.000	\$2.100.000	\$1.950.000	\$1.125.000
Ingresos Serv Veterinarios Crédito	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.750.000	\$2.100.000	\$1.750.000	\$1.750.000	\$3.850.000	\$4.900.000	\$4.550.000
Ingresos Pet Shop Contado	\$0	\$0	\$0	\$0	\$150.000	\$300.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$0
Ingresos Pet Shop Crédito	0	\$0	\$0	\$0	\$700.000	\$350.000	\$700.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000
Remuneraciones	(\$3.754.175)	(\$3.754.175)	(\$3.754.175)	(\$9.759.798)	(\$9.759.798)	(\$9.759.798)	(\$9.759.798)	(\$9.759.798)	(\$9.759.798)	(\$9.759.798)	(\$9.759.798)	(\$9.759.798)
Arriendo Terreno	\$0	\$0	\$0	(\$3.500.000)	(\$3.500.000)	(\$3.500.000)	(\$3.500.000)	(\$3.500.000)	(\$3.500.000)	(\$3.500.000)	(\$3.500.000)	(\$3.500.000)
Seguro Infraestructura	\$0	\$0	\$0	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)
Seguro daño a terceros												
Luz		(\$100.000)	(\$150.000)	(\$250.000)	(\$200.000)	(\$500.000)	(\$500.000)	(\$500.000)	(\$500.000)	(\$500.000)	(\$500.000)	(\$500.000)
Agua		(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)
Internet		(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)	(\$600.000)
Mtto instalaciones	\$0	\$0	\$0	\$0	(\$193.548)	(\$240.000)	(\$193.548)	(\$200.000)	(\$425.806)	(\$541.935)	(\$557.143)	(\$290.323)
Mtto Vehiculos y Combustible	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)	(\$200.000)
Seguridad	\$0	\$0	\$0	(\$750.000)	(\$750.000)	(\$750.000)	(\$750.000)	(\$750.000)	(\$750.000)	(\$750.000)	(\$750.000)	(\$750.000)
Insumos	\$0	\$0	(\$2.000.000)	(\$2.000.000)	(\$2.000.000)	(\$2.000.000)	(\$2.000.000)	(\$2.000.000)	(\$2.000.000)	(\$2.000.000)	(\$2.000.000)	(\$2.000.000)
Patentes (5 por mil)	(\$29.167)	(\$29.167)	(\$29.167)	(\$29.167)	(\$29.167)	(\$29.167)	(\$29.167)	(\$29.167)	(\$29.167)	(\$29.167)	(\$29.167)	(\$29.167)
Servicios Legales y Contables	(\$150.000)	(\$150.000)	(\$150.000)	(\$150.000)	(\$150.000)	(\$150.000)	(\$150.000)	(\$150.000)	(\$150.000)	(\$150.000)	(\$150.000)	(\$150.000)
Reposición Inventario		\$0	\$0	\$0	\$0	(\$1.000.000)	(\$1.000.000)	(\$1.000.000)	(\$1.000.000)	(\$1.000.000)	(\$1.000.000)	(\$1.000.000)
Publicidad	(\$680.000)	(\$680.000)	(\$680.000)	(\$680.000)	(\$680.000)	(\$680.000)	(\$680.000)	(\$680.000)	(\$680.000)	(\$680.000)	(\$680.000)	(\$680.000)
PPM	\$0	\$0	\$0	\$0	(\$56.733)	(\$176.922)	(\$196.284)	(\$180.775)	(\$238.654)	(\$402.645)	(\$460.524)	(\$494.459)
Ingresos Totales por Hotel	\$0	\$0	\$0	\$0	\$5.673.250	\$17.692.150	\$19.628.350	\$18.077.500	\$23.865.400	\$40.264.450	\$46.052.350	\$49.445.925
Egresos Totales	(\$4.813.342)	(\$5.173.342)	(\$7.223.342)	(\$18.178.965)	(\$18.379.246)	(\$19.845.886)	(\$19.818.797)	(\$19.809.740)	(\$20.093.425)	(\$20.373.545)	(\$20.446.631)	(\$20.213.747)
Saldo	(\$4.813.342)	(\$5.173.342)	(\$7.223.342)	(\$18.178.965)	(\$12.705.996)	(\$2.153.736)	(\$190.447)	(\$1.732.240)	\$3.771.975	\$19.890.905	\$25.605.719	\$29.232.178
Saldo Acumulado	(\$4.813.342)	(\$9.986.683)	(\$17.210.025)	(\$35.388.990)	(\$48.094.986)	(\$50.248.722)	(\$50.439.169)	(\$52.171.409)	(\$48.399.434)	(\$28.508.529)	(\$2.902.811)	\$26.329.368
GAV	(\$379.167)	(\$739.167)	(\$2.789.167)	(\$7.739.167)	(\$7.882.715)	(\$9.229.722)	(\$9.182.715)	(\$9.189.167)	(\$9.414.973)	(\$9.531.102)	(\$9.546.310)	(\$9.279.489)
PUESTA EN MARCHA												