



Plan de Negocios:
Cabinas Fotográficas
En La Región Metropolitana
King Photo

***Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial, Mención
Administración***

Participantes:
Mathias Dümmer Besoain
Bernardita Frez Ciscutti
Julián Zamora Larenas

Profesor Guía:
Gustavo Amtmann Darras

Santiago de Chile, Noviembre 2016

La propiedad intelectual de este trabajo es del profesor que dirigió el Seminario y de los
participantes.

RESUMEN EJECUTIVO

King Photo busca entregar un servicio de calidad superior, siempre a la vanguardia y con un excelente diseño, donde los clientes puedan hacer que su evento sea único e inolvidable. Para lograr esto, estableceremos un seguimiento del cliente de principio a fin, desde la captación hasta el servicio post venta, para asegurarnos de que todas sus necesidades sean satisfechas y que la única preocupación que ellos tengan, sea disfrutar. Nuestro proyecto en un principio operará solo en Santiago, para enfocar todos nuestros esfuerzos en un solo lugar y posicionarnos adecuadamente, de esta manera podemos lograr una penetración de mercado significativa. Siguiendo con la línea de la vanguardia, diseño y tecnología, las vías de promoción de King Photo serán vía web, Facebook, Instagram, Twitter, telefonía celular y boca a boca. Nos encargaremos que estos canales estén siempre actualizados y diseñados de manera que generen interés, seguridad y confiabilidad en el servicio.

En pocas palabras, la clave del éxito de King Photo se basa en una estrategia de negocio orientada completamente al cliente de tal manera de generar un valor agregado que nos diferencie y por el cual los potenciales clientes estén dispuestos y felices de pagar, por lo que las actividades de marketing, diseño y de ventas son indispensables para nuestro proyecto.

La fuente de ingresos de King Photo es mediante la venta de paquetes de servicios fotográficos, los cuales se establecieron de acuerdo a las necesidades de los potenciales clientes de tal forma de ser lo más transversal posible y no dejar a nadie afuera.

La inversión inicial para el proyecto es de 19.680.000 pesos, la cual es suficiente para adquirir todos los insumos y recursos necesarios para implementar el negocio. Una vez implementado, el giro mismo va a ir dando capital para financiar futuras inversiones.

Para hacer la evaluación financiera nos pusimos un horizonte de tiempo de cinco años con una tasa de descuento estimada en 7,08%. Luego de realizar todos los cálculos correspondientes, el proyecto nos arroja un VAN positivo de 135.034.286 millones, con una tasa interna de retorno de 89,4% y un periodo de recuperación ligeramente superior a un

año (1,148 años). El desarrollo de este ejercicio asume que solo atendemos el mercado de Santiago, que no aumentamos la cantidad de cabinas fotográficas y que la industria se encuentra en un periodo de crecimiento pero que está llegando a su nivel de madurez, por lo tanto a pesar de estas limitaciones que nos auto impusimos, los resultados que nos arroja la valoración de King Photo son bastante atractivos y prometedores, y tenemos la certeza y la seguridad de que poseemos la experiencia y los recursos para llevar a cabo el negocio y ser protagonistas en la industria de cabinas fotográficas.

INDICE

INDICE	3
1. INTRODUCCIÓN	5
2. ANÁLISIS DE MERCADO.....	6
2. 1 Oportunidad de Mercado	9
2.2 Mercado Objetivo	9
3. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	11
3.1 Análisis Porter	11
3.2 Análisis FODA	13
3.3 Estrategia Competitiva.....	15
3.4 Actividades Claves	15
4. PLAN DE MARKETING.....	18
4.1 Posicionamiento	18
4.2 Imagen Corporativa	20
4.3 Marketing Mix	22
5. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	29
5.1 Organigrama	29
5.2 Descripción de Cargos	30
5.3 Plan de Inversión.....	32
5.4 Carta Gantt.....	33
6. MODELO DE NEGOCIOS	34
6.1 Modelo CANVAS	34
6.2 Actores Principales.....	35
7. ANÁLISIS DE RIESGOS.....	36
8. EVALUACIÓN FINANCIERA	37
8.1 Supuestos	37
8.2 Ingresos	38
8.3 Gastos.....	40
8.4 Inversión.....	43
8.5 Resultado	44
9.6 Flujo de Caja	45
8.7 Evaluación Financiera	46
8.8 Sensibilización.....	46
9. ANÁLISIS LEGAL	48

9.1 Tipo de Sociedad.....	48
9.2 Patente Comercial	49
10. CONCLUSIÓN	50
11. REFERENCIAS	51
11. ANEXOS.....	52

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las fotos la llevan. Retratar la vida de las personas, desde qué comemos, a dónde vamos, dónde viajamos, dónde nos vamos de fiesta, es cada vez más común dentro de los jóvenes y adultos. Por otra parte, la cantidad de eventos de tipo cumpleaños, matrimonios, y eventos corporativos tienen una tendencia hacia el alza. Pasarlos bien, distraerse, conforma cada vez más una necesidad básica de las personas. En base a este contexto, nace una oportunidad para retratar la vida de las personas con fotos. Es ahí donde nace el proyecto “King Photo” (cabinas fotográficas).

La idea de nuestro proyecto llamado King Photo, es en términos generales entregar al cliente una experiencia en la cual pueda retratar con la mejor calidad posible sus eventos y además llevarse el recuerdo. Para lograr esto, hemos efectuado un detallado plan de negocios el cual logra mostrar la columna vertebral de nuestro negocio de la manera más transparente, donde se logra capturar la esencia del proyecto.

A lo largo del plan de negocios encontrará un análisis de la industria, la definición de su mercado objetivo, análisis Porter y FODA, la estrategia competitiva que pretendemos seguir, la cadena de valor con las actividades claves detalladas, el plan de marketing, de implementación y financiero, el modelo de negocios más conocido como CANVAS, para terminar en el análisis legal. Todo esto para lograr conocer cada arista de nuestro proyecto.

Además de lo anterior, no está demás decir que todo nuestro proyecto fue realizado en base a la opinión de clientes potenciales y de conocimiento dentro de la misma industria. Esto lo logramos haciendo una encuesta a personas (clientes potenciales) y empresas (las cuales poseen una empresa de arriendo de cabinas fotográficas).

Por lo tanto, en el presente documento se presentan todos los análisis y descripciones en detalle de nuestro proyecto, los pasos a seguir, para finalmente lograr implementarla y lograr el éxito de King Photo. Conste que este plan de negocios es una herramienta guía para la implementación del proyecto, el cual puede ir sufriendo modificaciones en el camino.

2. ANÁLISIS DE MERCADO

El mercado de las cabinas fotográficas en la región metropolitana de Chile comenzó alrededor de los años 2010 - 2012, cuando el “boom” de las redes sociales, específicamente Facebook, Twitter e Instagram se masificaron en Chile logrando encantar a sus usuarios. Con esta masificación, las redes sociales lograron sus objetivos: la publicación de fotos de la vida privada de las personas, donde indican que están haciendo, pensando, qué harán en un futuro, cómo se sienten, o cualquier tipo de manifestación. Además los usuarios para hacer uso de esta red social, deben mantener un perfil de ellos mismos, donde indican su nombre, edad, colegio, universidad, y muchos otros datos. Y por supuesto lo más importante, las fotos.

Con Facebook sin duda se masificó la actividad de “sacarse fotos”, sacar fotos a cualquier cosa que las personas hagan, para poder dejar un registro de la actividad para luego poder recordarlas. “Las tendencias digitales de este año indican que es el momento para un mayor desarrollo del marketing digital y de las redes sociales, las cuales están llamadas a tener un rol clave para las marcas a la hora de comunicar y conectarse con sus audiencias.”¹

Con la masificación de las fotografías el mercado de las cámaras fotográficas instantáneas² y deportivas se disparó junto con cualquier accesorio que vaya en conjunto con ellas: Smartphones con cámaras incluidas³, GoPro, cámaras deportivas resistentes al agua, selfie sticks, bolsa para introducir la cámara o celular debajo el agua, y otro sin número de accesorios para lograr tener un registro de nuestras vidas.

En definitiva, se formó un hábito “dejar registro” de nuestras vidas. Y en consecuencia de ese hábito, se crean los celulares con cámaras integradas, cámaras digitales más asequibles en cuanto a precio y tamaño, cámaras deportivas y las cabinas fotográficas. Estas últimas cumplen una función diferente y que por lo mismo ha logrado captar usuarios de la manera en que lo hace. Primero que todo definiremos una cabina. Una cabina es un espacio,

¹ (IAB Chile, 2016)

² (24 Horas Noticias, 2016)

³ (Bio Bio Chile, 2014)

cerrado para mayor privacidad, donde una, dos, tres hasta cuatro personas entran, presionan un botón, miran a la pantalla y la cabina les entrega las fotos. El formato de la impresión se define con la impresora y el formato de la cabina también depende de su dueño. Así, se logra tener un registro o recuerdo del evento, situación o lugar donde se encuentran.

En otros países, las cabinas fotográficas se han desarrollado en el mercado hace ya mucho tiempo. Por ejemplo, en películas antiguas de Hollywood, es imposible no observar que cuando los protagonistas pasean por parques de diversiones o lugares turísticos siempre van a cabinas fotográficas y obtener su recuerdo del paseo. En cambio en Chile, desde su desarrollo masivo de las cabinas, el mercado cubierto desde entonces han sido fiestas de matrimonios, eventos corporativos y eventos de distinta índole como cumpleaños y fiestas privadas.

A su vez, podemos observar que ya se encuentran alrededor de 50 empresas entregando este servicio, las que sin lugar a dudas no logran satisfacer la increíble demanda de este. Son más de 60 mil⁴ matrimonios los que se celebran al año en Chile, y por supuesto los eventos corporativos y eventos de otra índole logran quintuplicar el número de matrimonios. Con esto, el mercado no alcanzado alcanza un número bastante grande.

La industria de las cabinas fotográficas ha crecido exponencialmente en los últimos años en la región metropolitana, alcanzando como anteriormente mencionamos, en sólo 6 años más de 50⁵ empresas que entregan este servicio en sólo Santiago. A su vez, en diversas ciudades de Chile también poseen empresas que entregan este servicio como Valparaíso, Viña, Illapel, Concepción, Valdivia, Antofagasta, Iquique, Arica, entre otras.

Cada una de las empresas ofrece diferentes planes para entregar el servicio que más se adecúe a cada cliente. De esta misma manera, es difícil estimar la participación de mercado de cada una de estas empresas, pero hemos podido identificar que esta industria se trata de una fragmentada, ya que no existen líderes de la industria en la región metropolitana.

⁴ (Sepulveda, 2015)

⁵ Revisar Anexo 1

Como se comentó anteriormente, cada empresa ofrece diferentes servicios adicionales de la cabina fotográfica en sí.

- Cotillón
- Scrapbook (con pegamento, lápices y plumones para escribir un recuerdo además de pegar la foto para los novios o cumpleaños)
- Despacho de la cabina al lugar del evento y su eventual retirada
- Personalización del diseño de la foto dentro de la cabina
- Staff presente para apoyar el servicio
- Entrega de un Foto Collage una vez finalizado el evento
- Entrega de un Flipbook una vez finalizado el evento
- Cabinas flúor
- Video mensaje: Los asistentes a la cabina fotográfica también podrán hacer un video mensaje en la misma cabina para los novios/cumpleaño, etc. y una vez finalizado el evento se recopilarán y generar un sólo video.
- Entrega de un porta foto una vez finalizado el evento
- Marcos grandes (de Instagram, marco tipo espejo antiguo, etc.)
- Entrega de un foto cubo una vez finalizado el evento
- Pendrive de respaldo con todas las fotos
- Dron a disposición para la fiesta
- Magnetbox: Cabina que imprime imanes con las fotos

Algunos ejemplos de los servicios mencionados anteriormente se pueden observar en el Anexo 2.

2. 1 Oportunidad de Mercado

Sin lugar a dudas, la gran cantidad de eventos no cubiertos por este servicio es una gran oportunidad para crear una empresa que ofrezca este servicio. Además la gran variedad y cantidad de eventos y celebraciones son cada vez más donde se necesitará una cabina fotográfica para registrar la fiesta con fotos de recuerdo. Por lo que no sólo se necesita satisfacer la necesidad de registro a los novios, sino también a cumpleaños, uniones civiles, empresas, discotecas, entre muchos otros. Además, el hecho de que la tasa de matrimonios aumente cada año, como mencionamos anteriormente, corresponde a una gran oportunidad.

A su vez, al ser un servicio no es necesaria una gran inversión, al no ser crucial tener una oficina, de esta manera, los gastos disminuyen en gran cantidad si comparamos con otro tipo de negocio. Por otra parte, las cabinas se pueden comprar o bien construirlas, las cuales tampoco tienen un gran costo.

Entonces, al ser un mercado que todavía no está consolidado en su totalidad y que no cubre ni la mitad de su demanda, y que además no posee mayores inversiones, sin duda las cabinas fotográficas significan una gran oportunidad de negocio.

2.2 Mercado Objetivo

Lo bueno del servicio de las cabinas fotográficas es que es transversal y dirigido a todo tipo de eventos donde se junten personas a compartir y/o celebrar. A su vez, como se ofrecen diferentes tipos de planes los cuales incluyen diferentes elementos adicionales y que por supuesto tienen diferente costo, es posible segmentar el mercado según capacidad de pago. Por otra parte, es lógico mencionar que el mercado objetivo son personas o entidades comerciales las cuales tienen la capacidad de pago suficiente para incluir dentro de sus celebraciones o eventos una cabina fotográfica. Por lo tanto se trataría de estratos socioeconómicos medio-altos.

Nuestro servicio es transversal, ya que identificamos los siguientes tipos de clientes:

Personas	Empresas	Matrimonios
<p>Personas que quieran celebrar cumpleaños, bodas de oro, bodas de plata, almuerzos familiares, celebraciones de titulaciones, de graduaciones, primeras comuniones, y cualquier tipo de evento más bien privado y de una cantidad de asistentes más reducida (menos de 100 a 150)</p>	<p>Todo tipo de eventos corporativos, desde lanzamiento de nuevos productos, premiaciones, fiestas de navidad, 18 de septiembre, año nuevo, almuerzos, comidas, festivales, etc. Aquí se espera que el número de asistentes sea un poco mayor que el de personas individuales. En este segmento hay una gran oportunidad de promocionar el servicio con los mismos asistentes de la misma o de otras empresas.</p>	<p>Los matrimonios son los eventos más masivos a los que se quiere apuntar. Los novios quieren que el día de su matrimonio salga todo perfecto, en definitiva que sea el mejor día de sus vidas. Por lo tanto, a la hora de contratar servicios quieren lo mejor para su día y recordarlo para siempre. Regularmente son ellos los que contratan la mayor cantidad de servicios adicionales, para que los asistentes a su matrimonio pasen un buen rato.</p>

Tabla 1: Segmentación de clientes

Nuestro mercado objetivo serían estos tres segmentos de clientes, y que además tengan el poder adquisitivo suficiente para agregar un servicio de cabina fotográfica a sus celebraciones, por lo que hablamos de un segmento socioeconómico medio-alto.

3. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Para llevar a cabo el análisis de la industria, realizaremos los análisis Porter y FODA los que concluirán si esta es atractiva o no.

3.1 Análisis Porter

Mediante el análisis Porter, se determinará cómo influyen las 5 fuerzas en la industria de las cabinas fotográficas.

- **Poder de negociación de los clientes:** Los potenciales clientes realizarán un análisis precio/calidad antes de elegir qué servicio escoger y a qué empresa. Sin duda los clientes son sensibles al precio y a la diferenciación del producto. Por otra parte, al ser una industria más bien fragmentada, el costo de cambio entre una empresa y otra es mínimo. Por otra parte el cliente no tiene la información suficiente y no existen mayores incentivos para integrarse hacia atrás. A su vez, al existir diversos planes a disposición para que el cliente elija hace que su poder de negociación sea **medio**.
- **Poder de negociación de los proveedores:** Los proveedores que las empresas de cabinas fotográficas necesitan son los proveedores de papel, de tinta, el vendedor de la cabina y los proveedores de cotillón dentro de otros productos de librería (scrapbook, plumones, pegamento). El poder de negociación de estos proveedores es **bajo**, ya que existen un sin número de proveedores de papel, de tinta, y de cotillón, por lo que el costo de cambio entre un proveedor y otro es muy bajo. Además estos productos no tienen una gran especialización.
- **Amenaza de nuevos entrantes:** La amenaza de nuevos entrantes es **alta**, ya que la inversión inicial es baja y además la industria está en crecimiento y todavía existe mucho mercado potencial no cubierto.

- **Amenaza de productos sustitutos:** La amenaza de productos sustitutos es **alta**. Partiendo porque el celular mismo saca fotos de alta resolución las cuales generan un registro del evento, que por lo demás no tiene precio adicional y además no existe gasto de papel de impresión.
- **Rivalidad entre competidores:** Al analizar los precios de los diferentes oferentes del servicio podemos observar que todos se encuentran entre un mismo rango. Al analizar los diferentes planes que ofrecen las distintas empresas, podemos ver que todos son más bien similares entre ellos, no existiendo una mayor diferencia entre ellos. Por otra parte al existir una baja barrera a la entrada se puede producir una **alta rivalidad** en un futuro próximo.

En el siguiente diagrama se explica la dirección de las fuerzas de Porter:

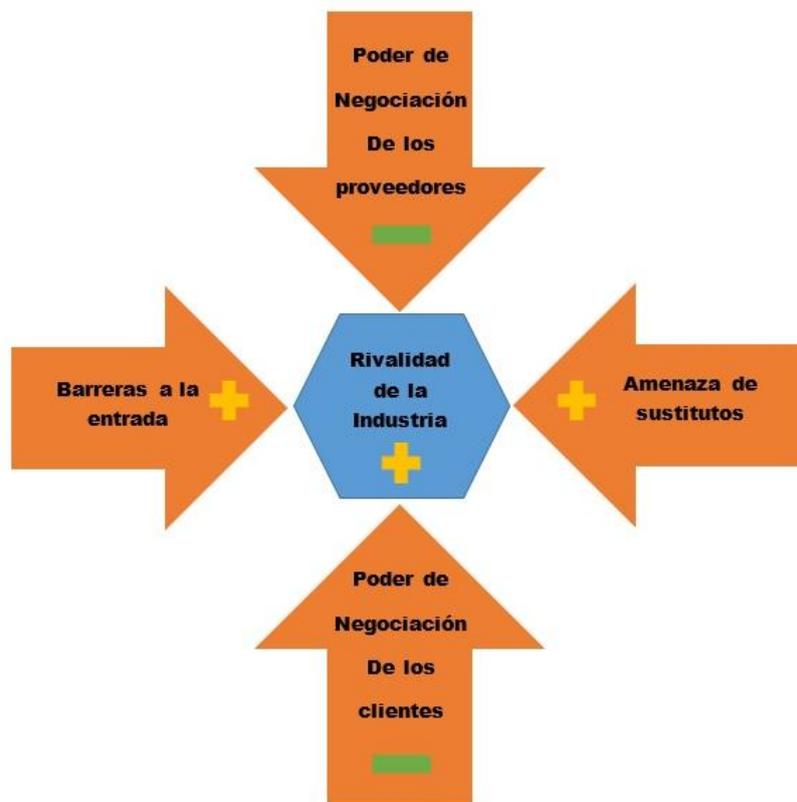


Ilustración 1: Fuerzas de Porter

Al analizar las fuerzas de Porter, podemos ver que si bien existe una rivalidad por la cantidad de empresas que ofrecen el mismo servicio en Santiago, los cuales ofrecen servicios similares no es lo suficientemente alta para que se genere una guerra de precios entre las empresas ya que todavía existe mucho mercado potencial no cubierto. Por otra parte, el hecho que el poder de negociación de los proveedores sea bajo potencia el atractivo de esta industria. Sin embargo, el hecho de que las barreras a la entrada sean muy bajas disminuye su atractivo. Por lo tanto, se concluye de este análisis que el atractivo de la industria de las cabinas fotográficas es medio.

3.2 Análisis FODA

- **Fortalezas:**

- **Experiencia en temas audiovisuales y fotográficos:** Contamos con un equipo privilegiado en conocimientos de fotografía y comunicación audiovisual, lo cual nos permite obtener un producto de calidad, utilizando las mejores cámaras, y por tanto una mejor resolución. A su vez, al tener experiencia en temas audiovisuales podemos estar a la vanguardia en temas de diseño, marcos, colores, filtros para nuestras fotos.
- **Sólida red de contactos:** Nuestro equipo se encuentra en la etapa del ciclo de vida en la cual nuestro círculo de amigos y familia están o casándose o en una posición económica en la cual les permite celebrar y realizar eventos a lo grande, lo que implica una fortaleza ya que en términos ventas tendremos una ventaja comparativa frente a la competencia. Por otro lado, nuestra capacidad de respuesta a los cambios en la demanda será alta ya que al estar muy conectados con la tecnología y además con los posibles clientes sabremos qué cambios ir ajustando a medida que las tendencias cambian.
- **Manejo en redes sociales:** Debido a que nuestro equipo y las redes sociales se fueron desarrollando a la par, tenemos un sólido conocimiento con respecto a ellas, manejándonos con facilidad para la próxima promoción de nuestro servicio.

- **Debilidades:**
 - **Poca experiencia:** Al ser recién egresados de la universidad, no tenemos experiencia en negocios, lo que puede perjudicar en las decisiones que se tomen en un futuro para nuestro negocio.
 - **Entrante:** Por otra parte, el hecho de ser nuevos en este negocio nos puede perjudicar en encontrar en primera instancia a los mejores y más convenientes proveedores.
- **Oportunidades:**
 - **Crecimiento del mercado:** El mercado de las cabinas fotográficas está en crecimiento y no está ni cerca de cubrir toda la demanda existente, por lo que tenemos una gran oportunidad para cubrir la demanda faltante y utilizar toda nuestra red de contactos para crecer rápidamente.
 - **Alta demanda:** Por otro lado, se acerca el verano, y es justamente esta época donde se realizan la mayor cantidad de matrimonios y eventos de toda índole, por lo que tendremos una alta demanda, y así podremos identificar y corregir posibles errores para que ya al comienzo del año estemos mejor posicionados y consolidados en experiencia. En definitiva, el verano será nuestra marcha blanca.
- **Amenazas:**
 - **Otros competidores:** Como ya mencionamos en el análisis Porter, una gran amenaza es la entrada de competidores. Al ser un mercado en crecimiento, con alta demanda y con una baja inversión inicial tiene muchos incentivos para nuevos entrantes, lo que aumentaría nuestra rivalidad.
 - **Sustitutos:** A su vez, la existencia y crecimiento de la industria de celulares con mejores cámaras amenaza nuestro negocio ya que podrían encontrar nuestro servicio “innecesario” frente a la alta calidad de las fotos que puede sacar un celular y así dejar registro de los eventos.
 - **Tendencias medioambientales:** Una de las actividades claves del servicio de las cabinas fotográficas es la impresión posterior al disparo de la fotografía, donde se utiliza un papel fotográfico. Por consiguiente, el servicio va en contra del ahorro de papel y en definitiva no ayuda al cuidado del medio

ambiente, lo que podría ocasionar que fuertes clientes potenciales no consideren nuestro servicio como opción para animar sus evento.

3.3 Estrategia Competitiva

Según las estrategias genéricas existentes, podemos identificar que nuestro camino a seguir es lograr el liderazgo en diferenciación. Estamos al tanto que esto no se logra en un par de años, pero sí lo mantendremos como visión de nuestro proyecto. Queremos lograr ofrecer un servicio único a cada uno de nuestros segmentos, logrando que más que un servicio sea una experiencia. Una experiencia que marque cada evento y matrimonio al que atendamos. Utilizando nuestra experiencia en el tema fotográfico y audiovisual, sumado a nuestra sólida red de contactos y además de nuestra inserción en redes sociales lograremos ser superiores en la industria. Lograremos mantener una alta calidad por sobre todo, lo que significa un leve aumento en nuestros costos. Por otra parte sin duda mantendremos una alta y rápida capacidad de respuesta a los cambios en las tendencias, lo que nos permitirá ser pioneros en ellas, siempre innovando en el mercado. Esto implica efectos positivos, como por ejemplo, lograremos que los clientes nos prefieran para futuros eventos, forjaremos una lealtad gracias a la experiencia vivida, y por otra parte, nuestra alta diferenciación significa una barrera a la entrada futura para posibles competidores.

3.4 Actividades Claves

- **Actividades Primarias:**
 - **Logística de Entrada:** Diseño y creación de las cabinas fotográficas, compra de insumos ya sea papel fotográfico, scrapbooks, cotillón, plumones, pegamento, lápices, marcos, compra del Dron, compra de luces ultravioleta para generar efecto flúor, compra de pinturas flúor para el rostro, imanes, pendrives y GoPro y su posterior manejo de inventario. Por último es necesario tener vehículos para transportar la cabina hacia el lugar del evento.
 - **Operaciones, Promoción y Servicio:** Estas actividades tratan de todo lo que es la logística de las ventas, desde el manejo de la página web, página de

Facebook, Instagram, el marketing respectivo y por supuesto la comunicación con el cliente, respuesta a sus dudas y requerimientos.

- **Logística de Salida:** Se trata desde la comunicación y acuerdo con el cliente de lugar y fecha del evento hasta el traslado e instalación de la cabina. En cada evento existirá staff el cual apoyará la instalación y a las personas para la utilización de la cabina durante el evento. A esto último se le suma la capacitación pertinente para el staff de apoyo de cómo usar la cabina y cómo solucionar posibles problemas. Por último en el servicio post venta, se recibe el feedback del cliente para mejorar nuestro desempeño en eventos futuros.

- **Actividades Secundarias:**
 - Desarrollo de sistema operativo para la fácil y amigable utilización de la cabina.
 - Equipo de diseñadores para mantener las páginas web, Facebook e Instagram de manera de potenciar y facilitar la promoción.

- **Cadena de Valor:**



Ilustración 2: Cadena de Valor

- **Fuentes de Creación de Valor:** La empresa creará valor a través de las siguientes actividades:
 - En la compra de insumos, buscaremos los proveedores más convenientes en cuanto a relación precio calidad, para otorgar una calidad superior en nuestro servicio. Además, mantendremos un sistema de inventario actualizado para llevar un registro de nuestros productos.
 - En cuanto el marketing y las ventas, crearemos valor en conjunto con nuestro equipo de diseñadores, manteniendo páginas webs, páginas de facebook e instagram a la vanguardia y que sean de fácil uso, utilizando el diseño como habilidad clave para atraer a la mayor cantidad de clientes. En términos de las ventas, crearemos valor utilizando nuestra sólida red de contactos.
 - En las operaciones y el servicio en sí, mantendremos una comunicación eficiente con el cliente, mediante mails, mensajes y llamadas telefónicas, de manera de llevar un seguimiento exhaustivo de todo el proceso de la venta. Además crearemos valor con nuestro equipo de staff capacitado para la utilización de las cabinas.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Posicionamiento

Para clasificar nuestra empresa y la competencia dentro de un mapa de posicionamiento, creemos que las variables más significativas para este tipo de servicio son “General-Personalizado”, que alude a la cantidad de planes que se ofrecen a los clientes, es decir, mientras más planes ofrezca, su servicio será más personalizado. De modo contrario, si se ofrece un único plan, el servicio se califica como general. Por otro lado, en el eje Y y como otra variable significativa ubicamos “Estandar-Premium”, que alude a la calidad del servicio, medido en calidad de las imágenes y por los elementos adicionales ofrecidos en los planes. De esta manera se califica como servicio estándar aquel que entrega lo más básico dentro de sus planes y con calidad regular. De modo contrario, se califica como Premium a aquellos servicios los cuales presentan calidad superior y que ofrezcan una mayor cantidad de servicios adicionales valorados por el consumidor.

King Photo busca posicionarse dentro de la industria de las cabinas fotográficas como un servicio personalizado y además de calidad Premium. Personalizado ya que ofrecerá tres planes a sus clientes y de esta manera se lograría segmentar a los clientes y así lograr obtener un mayor margen de ventas. Las empresas competidoras que se encuentran en el rango “personalizado” serían MicroFilms Production, HelloFoto, Boombox, PhotoFest, Cabina Fotos, Flashback, entre otras. Ellas se caracterizan por tener más de un plan a disposición para la elección del consumidor.

A su vez, King Photo será de carácter “Premium”, ya que entregará calidad superior en cuanto a calidad de la imagen, además de entregar elementos adicionales valorados por los clientes. En esta sección se ubica Photo Cabina, Ibooth, MicroFilmsProduction, PhotoFest, HelloFoto, Boombox y Cabina Fotos. (No ubicamos las 50 empresas de nuestro listado de competidores pero elegimos a las más representativas según su servicio).

De esta manera, el siguiente gráfico representa un mapa de posicionamiento de las principales marcas de la industria y dónde se ubicaría nuestra empresa según nuestras aspiraciones:

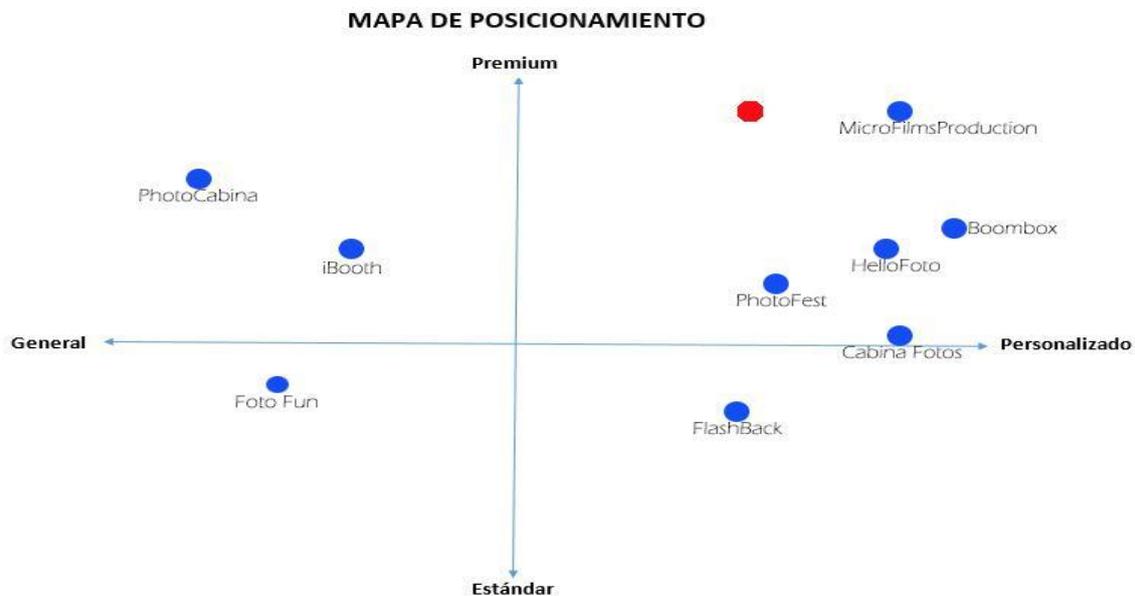


Ilustración 3: Mapa de posicionamiento

Por lo tanto, como podemos ver en el mapa de posicionamiento anterior (ubicado en el círculo rojo) se pretende penetrar esta industria de manera que el consumidor perciba que nuestro servicio es de calidad premium y que responde de forma personalizada a cada cliente, de modo de satisfacer las necesidades específicas de cada uno. A su vez, esta penetración va en línea con la estrategia competitiva de King Photo ya que se pretende perseguir la meta de ser diferenciadores, alcanzando la calidad superior por sobre la competencia y a su vez entregando un servicio único y personalizado a cada cliente. De esta manera creemos que el consumidor logrará grabar nuestra empresa en su mente y dando lugar a que se genere un boca a boca positivo para la empresa.

Este posicionamiento es a nivel de empresa, no por tipo de evento, ya que King Photo no tiene precios diferenciados por tipo de evento, sino que los potenciales clientes van a elegir el plan de servicio que más se ajuste a sus necesidades. Si bien estos planes ofrecidos ya

están pre determinados, King Photo es flexible en hacer ciertas modificaciones para lograr ofrecer un plan que se ajuste a todas sus exigencias.

4.2 Imagen Corporativa

El nombre que elegimos para nuestra empresa es “King Photo”. King es rey en inglés, aludiendo a que nuestra empresa es superior a la competencia. Superior en calidad en el servicio, en innovación, en diseño y que siempre está a la vanguardia. “King” denota superioridad, sabiduría, estabilidad y lo más importante, experiencia. Queremos lograr tener una imagen que invite al cliente a sentirse seguro con nuestro servicio. Sentirá que sin lugar a dudas nuestro servicio le entregará el toque final de sofisticación y diversión a sus eventos, sin olvidar la superioridad en calidad.

El nombre y logo se encuentran a continuación:



Ilustración 4: Logo y nombre

Por su parte, el logo muestra un mono sonriendo, “posando para la foto”, y además con una corona. Por otra parte, el mono hace alusión a la diversión que los asistentes a nuestros eventos vivirán en él gracias a nuestro servicio fotográfico. Además, el mono está sonriendo, posando para la foto. Y por último, el mono tiene una corona sobre su cabeza, lo cual rectifica la calidad superior, diseño superior y vanguardia de nuestra empresa.

Además de transmitir diversión en nuestro logo queríamos mostrar la superioridad en diseño e imagen, lo que se refleja en nuestro logo por medio de su limpieza y sobriedad.

Por otro lado, nuestro slogan explica nuestro servicio en varios aspectos:

CALIDAD , DISEÑO Y ENTRETENCIÓN

Ilustración 5: Slogan

- **Calidad:** King Photo entregará a sus clientes calidad superior en todo sentido. Con mejores cabinas, con mejores cámaras, con mejores planes, con mejor relación precio calidad, que sin duda entregará la mejor experiencia a nuestros clientes.
- **Diseño:** Nuestra empresa estará constantemente innovando en cuanto al diseño de las fotos, ya sea marcos, fondos, luces, y mucho más. La actividad clave de nuestra empresa será nuestro equipo de diseñadores los cuales mantendrán siempre a King Photo a la vanguardia.
- **Entretención:** Sin duda, la finalidad última de nuestra empresa es entretener a nuestros clientes. Queremos que sean momentos inolvidables para nuestros clientes, que marquen la diferencia. Por eso tendremos cotillón nunca antes visto y estaremos constantemente buscando nuevos diseños y siguiendo tendencias. El foco de nuestra empresa será entregar el mejor servicio para entretener los eventos. Estamos seguros que con un drone, una GoPro o un video de alta calidad lograremos el objetivo de ser recordados por entregar el mejor servicio fotográfico de eventos.

Por otra parte, queremos seguir la línea sobria y limpia de nuestra gráfica, no dejando de lado esto último en nuestro logo, usando una tipografía elegante sobria, que sin duda denota calidad y seriedad.

De acuerdo al clasificador de productos y servicios utilizados por la INAPI, que se basa en la 10ª edición del Clasificador de Niza, King Photo deberá presentar una solicitud de marca comercial correspondiente a la clase 41, referente a servicios de fotografía. El costo de la solicitud está compuesto por tres factores. Por un lado tenemos el derecho por cobertura, el cual por cada clase cobran 3 UTM. Derechos por la publicación del extracto en el diario oficial cuyo costo es variable y depende de la extensión del extracto, pero la publicación de un extracto promedio es de unos \$15.000, y a esto hay que agregarle la imagen de la etiqueta, cuyo valor corresponde a \$17.450. Finalmente tenemos el valor del formulario que es de \$500. Para proteger aún más nuestra marca y así evitar inconvenientes futuros, también realizaremos una solicitud de frase de propaganda, aludiendo a “calidad, diseño e innovación”, lo que tiene un costo de 3 UTM. Por lo tanto, el registro de marca tiene un costo total correspondiente a \$309.496.

4.3 Marketing Mix

El marketing mix describe cuatro variables, más conocidas como cuatro “P”: producto, precio, plaza y promoción. Describiremos estas cuatro variables en torno a nuestro servicio King Photo.

Servicio

Siguiendo con nuestra propuesta de creación de valor, la cual consiste en alcanzar la calidad superior en cuanto a la calidad de la imagen y elementos adicionales; y además entregar un servicio personalizado para captar la mayor cantidad de clientes. Por otro lado, nuestros planes serán superiores en cuanto a número de elementos extras ofrecidos y a la calidad de ellos que la competencia. Para ello, desarrollamos tres tipos de planes los cuales se detallan a continuación:

Plan Prince (Básico)	Plan Queen (Medio)	Plan King (Premium)
<ul style="list-style-type: none"> - 2 horas de arriendo de cabina fotográfica. - Fondo y luz de la cabina a elección del usuario. - Impresión de las fotografías. - Scrapbook para pegar fotografías y dejar mensajes. - Marcos externos. - Cotillón. 	<ul style="list-style-type: none"> - 3 horas de arriendo de cabina fotográfica. - Fondo y luz de la cabina a elección del usuario. - Impresión de las fotografías. - Scrapbook para pegar fotografías y dejar mensajes. - Marcos externos. - Cotillón. - Envío de fotografías a Redes Sociales. - Alfombra Roja. - Video Mensaje. 	<ul style="list-style-type: none"> - 4 horas de arriendo de cabina fotográfica. - Fondo y luz de la cabina a elección del usuario. - Opción de cabina flúor. - Impresión de las fotografías. - Scrapbook para pegar fotografías y dejar mensajes. - Marcos externos. - Cotillón de lujo. - Envío de fotografías a Redes Sociales. - Alfombra Roja. - Video Mensaje. - Dron para cubrir el evento. - GoPro para cubrir el evento. - Entrega de Flipbook y Foto Collage.

Tabla 2: Planes

Todos los planes incluyen traslado e instalación de la cabina, pendrive de respaldo, además de personal de la empresa para apoyar el correcto funcionamiento de la cabina durante el evento.

Algunos de los elementos incluidos en el plan premium serán a elección del cliente.

- **Arriendo Dron:** El arriendo del dron incluirá una hora para cubrir el evento haciendo videos alrededor de la fiesta, y cual sea el requerimiento del cliente. Una vez finalizado el evento se entregará el material obtenido al cliente en formato DVD, editado previamente por nuestro equipo especializado.
- **Arriendo GoPro:** El arriendo de GoPro incluirá una hora de fotos y videos del evento, dependiendo del requerimiento del cliente. Una vez que el evento haya finalizado se entregará el material obtenido durante el evento al cliente en formato DVD, editado previamente por nuestro equipo de diseñadores especializado.

Precio

Según las características de cada plan vistas anteriormente, los precios de cada uno de ellos se definirán de la siguiente manera:

Plan Prince (Básico)	Plan Queen (Medio)	Plan King (Premium)
\$150.000	\$190.000	Desde \$240.000 Base: \$240.000 +Arriendo Dron: \$40.000 +Arriendo GoPro: \$30.000

Tabla 3: Precios de los planes

Estos precios se calcularon en base a la competencia y en base a costos variables de cada plan los cuales se detallan en la tabla a continuación:

Plan Prince (Básico)	Plan Queen (Medio)	Plan King (Premium)
- Scrapbook \$10.000 - Papel y Tinta \$10.000 - Pendrive \$5.000	- Scrapbook \$10.000 - Papel y Tinta \$10.000 - Pendrive \$5.000	- Scrapbook \$10.000 - Papel y Tinta \$10.000 - Pendrive \$5.000 - Pintura Flúor \$5.000 - Flipbook \$5.000 - Marco de Vidrio \$11.000 - DVD (2) \$2.000
Total: \$25.000	Total: \$25.000	Total: \$48.000

Tabla 4: Costos variables según plan

Cabe mencionar que estos precios se ajustan según la inflación y las variaciones de los costos de los insumos.

Plaza

La distribución principal de nuestro servicio será a través de la página web y la página de Facebook. Tendremos además una cuenta en Instagram y Twitter, donde además de promocionar nuestros eventos será un medio de comunicación entre el cliente y nuestra empresa. Sin lugar a dudas, el medio principal será la página web y la página de Facebook, ya que esta última es la red social más utilizada hoy por los Santiaguinos.

Los diseños de nuestra **página web** y **página de Facebook** irán acorde a nuestra propuesta de valor, siendo el diseño, innovación y vanguardia los factores más importantes de nuestra ventaja por sobre la competencia.

La página web tendrá diversas secciones. Una sección estará destinada a explicar quiénes somos como empresa y qué hacemos. Otra sección mostrará al cliente los diferentes planes, con sus respectivos elementos y precios. La siguiente sección dará a conocer fotos de

eventos para que el cliente potencial pueda ver cómo se ve finalmente la cabina, qué tipos de fotos saca, para poder apreciar la calidad superior de nuestro servicio (los tipos de cotillón, los videos obtenidos desde el Dron y GoPro). Finalmente, la última sección será de Contacto, donde el cliente podrá enviar un mensaje directo a nosotros, llamar por teléfono, enviar email o bien solicitar un presupuesto.

La página web será diseñada por nuestro equipo altamente calificado y se mantendrá a la vanguardia según las nuevas tendencias y también estará actualizada en conjunto con nuestros planes y precios. Por otro lado, nuestra página de Facebook también será diseñada por nuestro equipo de diseñadores y se mantendrá al día con fotos de eventos cubiertos por la empresa y con los planes y precios.

El esqueleto de la página web sería el siguiente; para mayor información revisar el Anexo 3.

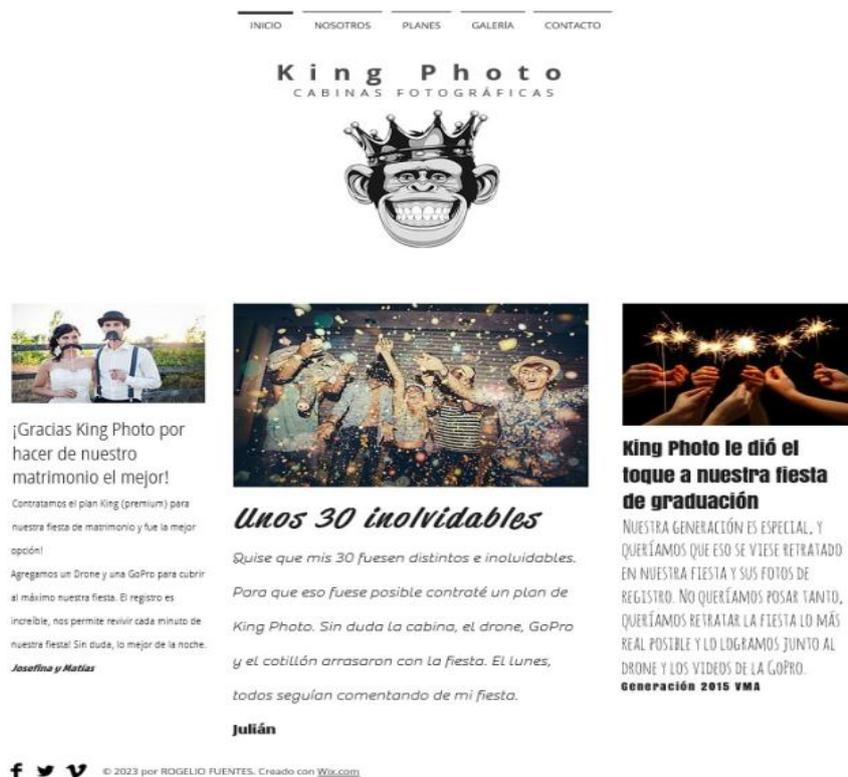


Ilustración 6: Esqueleto página Web

Promoción

Las cabinas fotográficas no son un servicio conocido por el común de la gente, por lo que la promoción para King Photo será un factor crucial en la penetración de mercado. La promoción tendrá como objetivo hacer que la empresa llegue a cada rincón donde nuestro mercado objetivo se encuentre y se logre enterar de nuestro increíble servicio.

Para esto, para el primer año tenemos el siguiente plan de promoción:

- **Página web:** Pagaremos como publicidad a Google Ads, para que en el buscador, cuando una persona busque “cabinas fotográficas” nuestro link de la página aparezca primero. También, compraremos un espacio en los Ads de Facebook, para que aparezca en los bordes de la red social y de esa manera estará a la vista de todos los usuarios de Facebook.
- **Facebook:** en la página de Facebook, realizaremos concursos donde se sorteará un evento de plan básico gratis. Para participar los usuarios deberán poner “Me Gusta” a nuestra página de Facebook, además de comentar la publicación y por último y lo más importante “Compartir” la publicación del concurso para que así se logre una masificación de este, y por consiguiente, más gente pondrá “me Gusta” en nuestra página, lo que se traduce en que más gente conocerá nuestra empresa y su servicio.
- **Cuenta de Instagram:** Al igual que en la página de Facebook, en la cuenta de Instagram se pueden hacer concursos, sorteando un evento (plan básico) gratis. Los concursantes deberán seguir nuestra cuenta de Instagram y deberán compartir la publicación (foto) del concurso. De este modo, se logra masificar el conocimiento de nuestra marca y nuestro espectacular servicio.

- **Cuenta de Twitter:** Aquí se escribirán tweets de cada evento que realicemos, de manera que un cliente potencial pueda verificar la cantidad de eventos que se van realizando con el tiempo.
- **Revistas y diarios:** A modo de inversión, compraremos el derecho a colocar publicidad en revistas y diarios (impresos y virtuales) que sean acordes a nuestro público objetivo. Por ejemplo en las revistas Ya, Mujer, Sábado, Domingo, Caras, Cosas, Datos, El Mercurio, La Tercera, La Segunda, Últimas Noticias, El Publimetro.
- **Páginas especializadas:** También, para el caso de los matrimonios, existen muchas páginas webs diseñadas para apoyar a los novios en la organización de sus matrimonios. Estas significan una gran oportunidad para promocionar en ellas nuestro servicio. Esto se logra formando alianzas con estas páginas, de manera que en su lista de proveedores incluyan nuestra marca. Ejemplo de páginas: Novios.cl, matrimonios.cl, organizatumatrimonio.cl, noviosparis.cl, entre otras.

5. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

El plan de implementación se conformará mediante el organigrama y la descripción de cargos, el plan de inversión y por último la realización de la carta Gantt.

5.1 Organigrama

La empresa contará con una estructura organizacional simple en sus inicios debido a su tamaño reducido y la simpleza de sus operaciones. Las principales ventajas de esta estructura son que facilita el control de las actividades del negocio y permite la toma de decisiones rápidas para responder a los movimientos del mercado. Como contraparte, el gerente debe destinar gran parte de su tiempo y esfuerzos a resolver los asuntos diarios del negocio, dejando de lado las consideraciones relacionadas a la estrategia de la compañía. Por lo tanto, es de esperar que acorde vaya aumentando la producción, se haga necesaria la incorporación de más personas a la plana administrativa y se genere una transición hacia una estructura más funcional.

A la cabeza del organigrama se encontrará el Gerente General, quien cumplirá con la totalidad de las funciones administrativas de la empresa. Las operaciones estarán a cargo de dos áreas principales. Por un lado, el Equipo de Diseño se encargará de la selección y preparación del material audiovisual que será entregado a los clientes finalizado el evento. El equipo de apoyo por otro lado, se encargará del traslado y la instalación de las cabinas fotográficas en terreno, de su operación de ser necesaria y de brindar asistencia a los usuarios que la requieran. El mantenimiento de los equipos fotográficos y demás accesorios será realizado de forma periódica por una empresa externa.

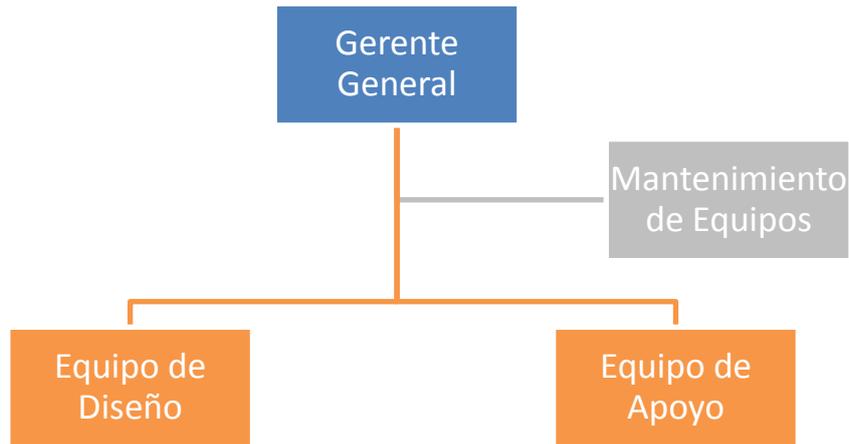


Ilustración 7: Organigrama

5.2 Descripción de Cargos

- **Gerente General:** Se encargará de la planificación, dirección, organización y del control al interior de la empresa. Como encargado de la administración, es aquel quien tomará las decisiones y se encargará de realizar las acciones necesarias para verlas cumplidas. Deberá velar por que éstas se encuentren alineadas con los objetivos estratégicos y la propuesta de valor de la empresa. El salario inicial es de \$1.100.000 netos mensuales.

Deberá asumir también las siguientes funciones:

- **Marketing:** Elaboración de un plan de marketing que incluya estrategias de desarrollo de productos, promoción, distribución y precios.
- **Ventas:** Encontrar nuevos clientes para la empresa y mantener contacto constante con los existentes.
- **Finanzas y Contabilidad:** Formulación de los presupuestos anuales, elaboración y control de estados financieros. Llevar registros contables de las operaciones.
- **Operaciones y Logística:** Compra de insumos y control de inventarios.
- **Reclutamiento:** Reclutamiento y selección de personal para la empresa.

Como había sido mencionado previamente, es probable que en algún momento la empresa deba contratar a más personas para desempeñar alguna de las funciones mencionadas anteriormente.

- **Equipo de Diseño:** Este equipo estará compuesto por personas con habilidades y conocimientos ligados al diseño y a las artes audiovisuales, y se encargará de la preparación del material audiovisual que será entregado a los clientes a partir de las imágenes y videos recopilados en los eventos. Serán contratados en base a honorarios, y su pago dependerá del tipo de evento que cubran. Esto debido a que la cantidad de horas de trabajo audiovisual posterior al evento variará con cada tipo de plan. Se les pagará \$10.000 pesos por los trabajos ligados a un evento básico, \$20.000 pesos por un evento medio y \$30.000 por un evento premium.

Es probable que a medida de que la empresa alcance un nivel de ventas superior, sea necesaria la contratación de un jefe de área:

Jefe área Diseño e Innovación: Asumirá las funciones administrativas en esta área de la empresa, así como de la contratación de personal. Deberá estar a la vanguardia de las últimas tendencias de diseño y fotografía, para que la empresa pueda mantener su propuesta de valor. Según lo anterior, deberá mantener la página web y la página de Facebook actualizada.

- **Equipo de Apoyo:** Se encargan del traslado e instalación de las cabinas fotográficas en los lugares de los eventos. Además, deben apoyar el uso de la cabina durante las horas contratadas, estando atentos ante cualquier dificultad de manera de solucionarla lo más rápido posible. Serán contratados en base a honorarios. Se les pagará \$20.000 pesos por cubrir un evento básico, \$25.000 pesos por cubrir un evento de medio y \$30.000 por cubrir evento de premium.

5.3 Plan de Inversión

La puesta en marcha del negocio requiere de la compra de los siguientes bienes:

- **Camioneta:** Necesaria para el traslado de las cabinas a los eventos.
- **Cabinas:** Las cabinas están conformadas por la cámara réflex, el iglú, los focos de luces, la pantalla táctil para configurar la foto (tótem) y el inflador.
- **Adicionales:** Otros aparatos electrónicos y elementos decorativos.

El detalle de la inversión se muestra a continuación:

Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Camioneta	1	\$9.100.000	\$9.100.000
Tótem Fotográfico (4)	4	\$2.000.000	\$8.000.000
Iglú (4)	4	\$1.360.000	\$1.360.000
Dron	1	\$500.000	\$500.000
Cámara GoPro (2)	2	\$200.000	\$400.000
Luces (4)	4	\$40.000	\$160.000
Cotillón y Decoración	4	\$30.000	\$120.000
Alfombra Roja (4)	4	\$10.000	\$40.000
Total Inversión			\$19.680.000

Tabla 5: Plan de Inversión

5.4 Carta Gantt

Para la correcta organización de nuestro servicio, armamos las siguientes actividades con sus respectivos plazos, todo descrito en la siguiente carta Gantt:

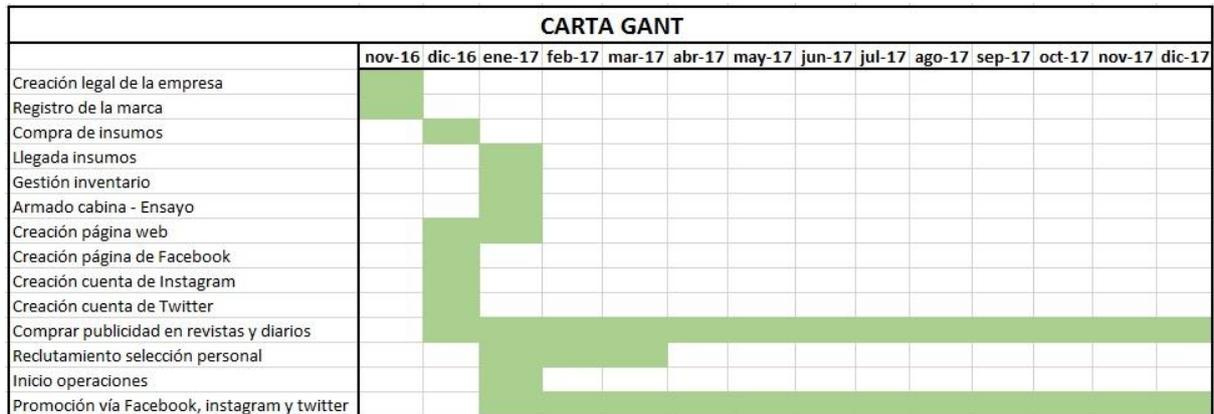


Ilustración 8: Carta Gantt

6. MODELO DE NEGOCIOS

6.1 Modelo CANVAS

- **Propuesta de Valor:** King Photo entrega un servicio único y de máxima calidad de cabinas fotográficas para eventos de todo tipo y matrimonios. De esta manera, queda registrada la entretención de la fiesta mediante fotos que constituyen un recuerdo para los asistentes.
- ❖ **Segmento de Clientes:** Los grupos que nuestra marca apunta son transversal, dirigidos a todo tipo de personas y empresas que quiera añadir un toque de diversión a su evento. Segmentamos el mercado según capacidad de pago creando tres tipos de planes, así, personas, empresas y matrimonios podrán escoger el plan que sea de su conveniencia. Estos tres tipos de clientes están posicionados dentro de los estratos socioeconómicos medios-altos, con capacidad de pago suficiente para agregar una cabina fotográfica a sus eventos.
- **Canales:** Los canales de comunicación con nuestros clientes será principalmente a través de internet, a través de la página web de la empresa y también a través de la página de Facebook de la empresa. Además, existe un canal de comunicación con el cliente en las aplicaciones de Instagram y Twitter. También se utilizarán como canal de distribución las revistas y diarios, donde se encontrará información de contacto de la empresa.
- **Relaciones con Clientes:** La relación con los clientes es crucial para negociar la contratación de nuestro servicio. En este sentido, la negociación juega un rol principal, al igual que mantener el contacto desde la contratación hasta finalizado el evento y entregado los productos según lo previamente acordado.
- **Fuentes de Ingreso:** Los clientes pagan el arriendo correspondiente por la contratación de la cabina fotográfica, lo cual incluiría la instalación y traslado, más los elementos que el plan contratado contengan. El pago debe efectuarse en un 100% el día previo al evento o el mismo día.
- **Recursos Clave:** Los elementos más importantes, sin lugar a dudas son las cabinas con su alta calidad característica de ellas y también los recursos humanos de nuestra empresa, específicamente el equipo de diseño e innovación el cual estará

permanentemente trabajando para mantener la empresa a la par de las tendencias del momento y a la vanguardia.

- **Actividades Clave:** Las actividades clave para que este negocio sea sostenible en el tiempo, es la habilidades de negociación y ventas del área de ventas y el perfecto funcionamiento del área logística y operaciones, la cual se encarga de que las cabinas se encuentren en perfecto estado previo a los eventos, que los horarios de llegada e instalación sean exactos, y que se cumpla al pie de la letra el contrato con los clientes. La alta calidad del servicio es algo que como empresa queremos destacar con respecto a la competencia.
- **Socios Clave:** Los socios claves en este caso serían las páginas web especializadas en novios, las cuales se dedican a ayudar a los novios a organizar sus matrimonios, brindando información sobre datos de banquetera, DJ, luces, fotógrafos y cabinas entre otros. Es clave que estas páginas promocionen nuestra marca como una de confianza y alta calidad. Es preciso establecer alianzas con ellos, entregando comisiones por contrato definido gracias a sus páginas.
- **Estructura de Costos:** Los costos que representan un mayor porcentaje de la estructura de costos total serían el valor de la inversión inicial para construir las cabinas, es decir, los insumos de la empresa. Luego le siguen los costos de recursos humanos y por último los de promoción y publicidad.

6.2 Actores Principales

La principal responsabilidad recae en el gerente general, que debe hacerse cargo de las funciones de marketing, ventas y operaciones. El área de marketing es crucial para nuestro negocio, ya que al ser un negocio no tan consolidado y conocido masivamente, es clave la promoción de nuestra marca y servicio. Luego del área de marketing, el actor que sigue en nivel de importancia es el área de ventas, ya que es ahí donde nuestra negociación logrará capturar a los clientes. Por último, el área de operaciones se encarga de que todos los eventos y todo lo necesario para llevarlo a cabo sucedan de manera perfecta, sin errores, para lograr que el cliente vea a nuestra empresa como una seria, estable, perfeccionista y a su vez, extremadamente entretenida.

7. ANÁLISIS DE RIESGOS

- **Eficiencia en la logística:** La eficiencia en la logística es fundamental para el correcto funcionamiento de King Photo. Malas decisiones, atrasos en llegar al evento, atrasos en la entrega de los productos finales, malas decisiones sobre el inventario y otros, podrían perjudicar nuestro negocio y no obtener el resultado esperado.
- **Situación económica:** La situación económica siempre presenta un riesgo para negocios como este. Cuando la economía tiende a la baja, puede afectar la disposición a pagar de los clientes. Esto puede influir en la disminución de precios y por lo tanto nuestros resultados, o en la disminución de arriendos, lo que generaría el mismo efecto.
- **Prioridades de nuestros clientes:** Es posible que nuestros clientes quieran variar el proveedor del servicio, es decir que cambien de empresa de cabinas fotográficas, por diferentes motivos. Por presupuesto, por calidad del servicio, por cercanía, etc. Por esto, King Photo quiere poseer un muy buen plan de marketing el cual lograría reflejar una imagen corporativa lo suficientemente buena para que esto último no ocurra, y nuestros clientes siempre prefieran (y además recomienden) a King Photo.
- **Técnicos y Equipos:** Es muy relevante tener técnicos y equipos que puedan responder de forma rápida y eficiente en un negocio de tanta movilidad necesaria como éste. Es crucial que nuestros equipos técnicos no sufran fallas técnicas, ya que así el servicio no se verá interrumpido. Puede pasar que las cámaras dejen de funcionar, o las luces, o que el iglú se desinfle o pinche, que el papel de impresora se acabe, o que se acabe la tinta. Por eso, es importantísimo el rol del equipo de operaciones, ya que de esta manera el equipo nunca fallará. Por otro lado, debe existir perfecta comunicación entre las áreas para que nunca existan mal entendidos, ya que esa podría ser una causa importante de errores en el servicio.

8. EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1 Supuestos

Horizonte de Tiempo

El horizonte de tiempo utilizado en el cálculo es de 5 años, ya que no es posible determinar con claridad por cuántos años más se mantendrá vigente esta industria. Trabajamos bajo el supuesto de que el arriendo de cabinas fotográficas para eventos es parte de una moda y de que el mercado se encuentra en una etapa de rápido crecimiento, no obstante, acercándose a un punto de madurez en su ciclo de vida. Asumimos que al año 5, el mercado se encontrará en una fase de declive.

Tasa de Descuento

La tasa de descuento para este proyecto es de 7,08% y se calculó utilizando el modelo CAPM⁶. La tasa libre de riesgo se obtuvo a partir del rendimiento de los Bonos del Banco Central (BCP) a 10 años. El retorno del mercado se estimó utilizando el promedio simple del retorno anual del IPSA durante los últimos 10 años hasta la fecha. Finalmente, el parámetro β utilizado corresponde a un valor calculado por el profesor Aswath Damodaran para la industria global de "Office Equipment & Services", bajo el supuesto de que las industrias son razonablemente parecidas.

Estimación de Demanda

La demanda se calculó en base a estimaciones propias y consideró dos factores importantes: las restricciones de equipamiento de la empresa y el supuesto de que el mercado está en pleno crecimiento, existiendo una sobredemanda por el servicio. Durante los primeros 6 meses de operación se estimó una demanda reducida, lo cual debiese reflejar las dificultades de ingresar a un mercado en crecimiento con competidores establecidos. Los pormenores de este cálculo serán detallados en el siguiente apartado.

⁶ El cálculo de este valor se encuentra disponible en el Anexo 4.

Inversión

Este proyecto será financiado con capital propio aportado por los socios debido a que no requiere inversión significativa. El detalle de esta inversión será mencionado más adelante.

8.2 Ingresos

Fuentes de Ingreso

La principal y única fuente de ingreso considerada en el cálculo corresponde al arriendo de cabinas fotográficas para eventos. El precio de venta se detalla en la siguiente tabla:

Servicio	Precio de Venta
Plan Básico	\$ 150.000
Plan Medio	\$ 190.000
Plan Premium	\$ 275.000 ⁷

Tabla 6: Fuentes de Ingreso

Demanda

La tabla siguiente muestra la estimación de ventas para los primeros 12 meses de operación de manera trimestral. Como mencionado anteriormente, los primeros dos trimestres muestran una demanda reducida considerando que la empresa está recién iniciando sus operaciones.

Ventas en Unidades	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre	Total
Plan Básico	24	18	36	33	111
Plan Medio	12	15	30	33	90
Plan Premium	12	15	30	30	37

Tabla 7: Estimación de Demanda

⁷ Precio promedio, ya que el precio del plan varía según los servicios contratados.

La tabla siguiente muestra la estimación de ventas durante la totalidad del horizonte de tiempo establecido para el proyecto. La tasa de crecimiento de las ventas fue estimada considerando el supuesto especificado al comienzo del apartado anterior.

Ventas en Unidades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Plan Básico	111	122	128	131	128
Plan Medio	90	99	104	106	104
Plan Premium	87	96	100	102	100
Tasa de Crecimiento Estimada	-	10%	5%	2%	-2%

Tabla 8: Estimación de Demanda a 5 Años

Ingresos por Venta

Considerando el precio de venta y la demanda proyectada, la siguiente tabla muestra los ingresos por venta anuales estimados, diferenciados por plan.

Ventas en Pesos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Plan Básico	\$16.650.000	\$18.315.000	\$19.230.750	\$19.615.365	\$19.223.058
Plan Medio	\$17.100.000	\$18.810.000	\$19.750.500	\$20.145.510	\$19.742.600
Plan Premium	\$23.925.000	\$26.317.500	\$27.633.375	\$28.186.043	\$27.622.322
Total	\$57.675.000	\$63.442.500	\$66.614.625	\$67.946.918	\$66.587.979

Tabla 9: Ingresos por Ventas

8.3 Gastos

Gastos de Producción

Los gastos de producción consideran los costos de los insumos, los honorarios y la amortización de los bienes de uso. La primera tabla muestra el detalle de los gastos según el plan contratado.

Gastos de Producción	Plan Básico	Plan Medio	Plan Premium
Insumos	\$25.000	\$25.000	\$48.000
Staff de Apoyo	\$20.000	\$25.000	\$30.000
Equipo de Diseño	\$10.000	\$20.000	\$30.000

Tabla 10: Gastos de Producción

Los gastos proyectados para el proyecto en su totalidad se detallan en la segunda tabla. Cabe destacar que la proyección de los datos se ha realizado en base a la tasa de crecimiento prevista para las ventas. Adicionalmente, se ha considerado una tasa de 3% para contabilizar los efectos de la inflación.

Gastos de Producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos	\$9.201.000	\$10.424.733	\$11.264.784	\$11.815.271	\$11.897.653
Staff de Apoyo	\$7.080.000	\$8.021.640	\$8.675.404	\$9.114.379	\$9.200.054
Equipo de Diseño	\$5.520.000	\$6.254.160	\$6.763.874	\$7.106.126	\$7.172.924
Amortización	\$4.272.000	\$4.112.000	\$3.912.000	\$3.692.000	\$3.692.000
Total	\$26.073.000	\$28.812.533	\$30.616.062	\$31.727.776	\$31.962.631

Tabla 11: Gastos de Producción a 5 Años

Otros Gastos

Adicionalmente, se han incluido los siguientes gastos en el cálculo. La provisión por Fletes se comienza a contabilizar a partir del mes 6 a causa del aumento en las ventas, considerando que la inversión inicial solo contempla la compra de una camioneta para realizar los traslados, lo cual podría resultar insuficiente. Este ítem podría ser eliminado completamente si la empresa decidiese invertir en un segundo vehículo. La mantención de los equipos será realizada por una empresa externa, y será realizada cada tres meses. Finalmente, se incluye el ítem Varios para contabilizar gastos inesperados.

Otros Gastos	Costo Mensual
Sueldos	\$1.100.000
Previsión Social	\$49.390
Publicidad	\$150.000
Bencina para Traslados	\$200.000
Seguros	\$30.000
Fletes	\$200.000
Mantenimiento	\$100.000
Varios	\$50.000
Total	\$1.879.390

Tabla 12: Otros Gastos

La tabla siguiente muestra la evolución proyectada de los gastos, contabilizando nuevamente por inflación a una tasa de 3%.

Otros Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$13.200.000	\$13.596.000	\$14.003.880	\$14.423.996	\$14.856.716
Previsión Social	\$592.680	\$610.460	\$628.774	\$647.637	\$667.067
Publicidad	\$1.800.000	\$1.854.000	\$1.909.620	\$1.966.909	\$2.025.916
Bencina para Traslados	\$2.400.000	\$2.472.000	\$2.546.160	\$2.622.545	\$2.701.221
Seguros	\$360.000	\$370.800	\$381.924	\$393.382	\$405.183
Fletes	\$1.400.000	\$2.884.000	\$2.970.520	\$3.059.636	\$3.151.425
Mantenimiento	\$400.000	\$412.000	\$424.360	\$437.091	\$450.204
Varios	\$600.000	\$618.000	\$636.540	\$655.636	\$675.305
Total	\$20.752.680	\$22.817.260	\$23.501.778	\$24.206.832	\$24.933.037

Tabla 13: Proyección de Gastos a 5 Años

8.4 Inversión

La inversión inicial considera la compra de los siguientes bienes.

Inversión	Monto Total	Vida Útil Estimada
Camioneta	\$9.100.000	5
Tótem Fotográfico (4)	\$8.000.000	5
Iglú (4)	\$1.360.000	5
Dron	\$500.000	3
Cámara GoPro (2)	\$400.000	2
Luces (4)	\$160.000	3
Cotillón y Decoración	\$120.000	1
Alfombra Roja (4)	\$40.000	1
Total Inversión	\$19.680.000	

Tabla 14: Inversión Inicial

8.5 Resultado

Considerando la tasa de impuesto a las utilidades de 24% el resultado es el siguiente:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	57.675.000	63.442.500	66.614.625	67.946.918	66.587.979
Costo de Ventas	9.201.000	10.424.733	11.264.784	11.815.271	11.897.653
Utilidad Bruta	48.474.000	53.017.767	55.349.841	56.131.647	54.690.327
Gastos de producción Fijos	16.872.000	18.387.800	19.351.278	19.912.505	20.064.978
Sueldos de Administración	13.200.000	13.596.000	14.003.880	14.423.996	14.856.716
Cargas Sociales	592.680	610.460	628.774	647.637	667.067
Publicidad	1.800.000	1.854.000	1.909.620	1.966.909	2.025.916
Bencina para Traslados	2.400.000	2.472.000	2.546.160	2.622.545	2.701.221
Seguros	360.000	370.800	381.924	393.382	405.183
Varios	600.000	618.000	636.540	655.636	675.305
Fletes	1.400.000	2.884.000	2.970.520	3.059.636	3.151.425
Mantenimiento Equipos	400.000	412.000	424.360	437.091	450.204
Total Otros Gastos	37.624.680	41.205.060	42.853.056	44.119.337	44.998.014
Utilidad Antes de Impuestos	10.849.320	11.812.707	12.496.785	12.012.310	9.692.312
Impuesto a las Ganancias	2.603.837	2.835.050	2.999.228	2.882.954	2.326.155
Utilidad Después de Impuestos	8.245.483	8.977.657	9.497.556	9.129.355	7.366.157

Tabla 15: Resultado del Ejercicio

9.6 Flujo de Caja

En base al resultado anterior, se estima el siguiente flujo de caja para el proyecto.

Flujo de Caja	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	57.675.000	63.442.500	66.614.625	67.946.918	66.587.979
Compras de Insumos	9.201.000	10.424.733	11.264.784	11.815.271	11.897.653
Sueldos y Cargas	23.818.290	28.482.260	30.071.932	31.292.139	31.896.761
Otros Gastos	6.960.000	8.610.800	8.869.124	9.135.198	9.409.254
Impuesto a las Ganancias		2.603.837	2.835.050	2.999.228	2.882.954
Total Egresos Operativos	39.979.290	50.121.630	53.040.890	55.241.836	56.086.621
Diferencia Operativa	17.695.710	13.320.870	13.573.735	12.705.082	10.501.358
Inversiones	19.680.000				
Ingresos - Egresos	-1.984.290	13.320.870	13.573.735	12.705.082	10.501.358
Aporte Socios	19.680.000				
Flujo de Caja	17.695.710	31.016.580	44.590.315	43.721.661	55.091.673

Tabla 16: Flujo de Caja

8.7 Evaluación Financiera

Considerando el flujo de caja anterior y la tasa de descuento de 7,08% calculada previamente, es posible evaluar la viabilidad financiera del proyecto.

Indicador Financiero	Valor
Tasa Interna de Retorno	89,4%
Valor Actual Neto	\$ 135.034.286
Período de Recuperación	1,148 Años

Tabla 17: Evaluación Financiera

Tanto la TIR como el VAN son positivos y elevados. Adicionalmente, el período de recuperación de la inversión es ligeramente superior a un año. En base a estos indicadores, el proyecto es viable financieramente hablando.

8.8 Sensibilización

Dado que el proyecto es rentable en su escenario más probable, se realizará una segunda evaluación considerando un escenario pesimista para analizar si el proyecto sigue siendo viable. Este escenario contempla una disminución de un 10% en el nivel de ventas durante el primer año, así como una tasa de crecimiento inferior del mercado⁸. Los resultados más relevantes se muestran a continuación:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resultado	4.561.459	3.299.936	2.537.566	674.909	-2.041.249
Flujo de Caja	12.848.310	19.861.870	26.070.687	23.640.572	27.508.309

Tabla 18: Resultado y Flujo de Caja Estado Pesimista

⁸ 5%, 2%, -2% y -4% para los años 2, 3, 4 y 5 respectivamente.

Indicador Financiero	Valor
Tasa Interna de Retorno	37,8%
Valor Actual Neto	\$ 20.857.587
Período de Recuperación	1,974 Años

Tabla 19: Evaluación Financiera Estado Pesimista

En base al análisis anterior, el proyecto sigue siendo viable. Sin embargo las utilidades son inferiores y el proyecto reporta pérdidas al quinto año de operaciones. Los resultados anteriores remarcan la fuerte dependencia del proyecto con un nivel razonable de ventas, debido a que sus costos operacionales son elevados.

9. ANÁLISIS LEGAL

9.1 Tipo de Sociedad

La sociedad que formaremos será de Responsabilidad Limitada, la que explica que los socios responderán de manera limitada por la cantidad de capital que aporten. Estará compuesta por tres socios, todos con igual proporción de aporte de capital. De esta manera, las decisiones serán tomadas por los tres socios, todos con el mismo peso a la hora de tomar decisiones. La legislación que aplica para este tipo de sociedades es la siguiente:

Legislación Aplicable

- Ley 2/1995, de 23 de Marzo de Sociedades de Responsabilidad Limitada.
- Ley 19/1989, de 25 de Julio de reforma parcial y adaptación de la legislación mercantil a las directivas de la CEE en materia de sociedades.
- Ley 7/2003, de 1 de abril, de la sociedad limitada Nueva Empresa por la que se modifica la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada.
- Real Decreto legislativo 1564/1989 de 22 de Diciembre por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas.

Características

- Tiene carácter mercantil cualquiera que sea su objeto.
- Su denominación no podrá ser idéntica a la de otra sociedad existente, y con el nombre deberá figurar la indicación de "Sociedad de Responsabilidad limitada" " Sociedad limitada", o sus abreviaturas "S.R.L." ó "S.L".
- El número mínimo de fundadores es de 1, bajo la denominada "Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal".
- En la sociedad el capital estará dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no se podrán incorporar a títulos negociables ni denominarse acciones.
- Las aportaciones deben ser valoradas económicamente, en ningún caso pueden ser objeto de aportación el trabajo o los servicios.

- La sociedad responde con todo su patrimonio, el socio sólo arriesga el importe de su aportación.
- La sociedad se constituirá mediante escritura pública, que deberá ser inscrita en el Registro Mercantil.
- Con la inscripción en el Registro Mercantil, la sociedad adquirirá personalidad jurídica.

Constitución e Inscripción

- Salvo disposición contraria de los estatutos, las operaciones sociales darán comienzo en la fecha de otorgamiento de la escritura de constitución.
- La sociedad se constituirá mediante escritura pública que deberá inscribirse en el Registro Mercantil del domicilio social en el plazo de 2 meses a contar desde la fecha de su otorgamiento.
- Con la inscripción en el Registro Mercantil, la sociedad adquiere personalidad jurídica y para que ésta sea oponible a terceros, la sociedad debe publicarse en el Boletín Oficial.

Escritura y Estatutos

- La escritura de constitución debe ser otorgada por los socios fundadores. Se podrán incluir todos los pactos y condiciones a conveniencia de los socios, siempre y cuando no se opongan a las leyes ni contradigan los principios configuradores de la sociedad.

9.2 Patente Comercial

En este caso, como King Photo no usará un local fijo para la atención de los clientes, no se necesitará la obtención de una patente comercial.

10. CONCLUSIÓN

En los últimos años la demanda de cabinas fotográficas ha crecido rápidamente para todo tipo de ocasiones, ya sea fiestas corporativas, matrimonios y otro tipo de celebraciones. Dos son las principales variables que explican esta tendencia. Por un lado, va de la mano con el avance de la tecnología, las redes sociales y la conectividad, lo que ha ido generando en las personas un gusto por la fotografía y por compartir con el resto aquellos momentos que son dignos de recordar. Y por otro lado existe un aumento considerable en la cantidad de eventos que se realizan, debido a que disfrutar, las apariencias y la imagen cumplen cada vez más un rol fundamental en la sociedad.

En base a este contexto es donde nace la oportunidad de negocio para King Photo. Si bien al momento de analizar la industria esta no es muy atractiva, debido a que existe un gran número de competidores y las barreras de entradas son bajas, existe un alto mercado potencial con una creciente necesidad por este tipo de servicios, y King Photo tiene los recursos necesarios, una estrategia de negocios y una propuesta de valor que le permitirá transformarse en un protagonista y un referente en el rubro de las cabinas fotográficas.

King Photo busca ser la primera opción a la hora de pensar en cabinas fotográficas, mediante una estrategia de precios atractiva, transversal y amplia, una campaña de marketing innovadora y profunda, un producto de calidad, vanguardista y adaptable, un trato con el cliente personalizado y directo, todo esto con el fin de satisfacer todas las necesidades de nuestro cliente, dejar todo bajo nuestra responsabilidad y él y sus invitados solo se preocupen de disfrutar.

Por lo tanto, luego de realizar este plan de negocios, que desarrolla en profundidad cada uno de los aspectos necesarios para implementar King Photo, con la respectiva evaluación financiera, nos damos cuenta de que es un proyecto atractivo y viable, contingente a la tendencia actual, y que puede ser implementado de manera exitosa, utilizando este instrumento como guía y adaptándolo a los nuevos descubrimientos que se hagan en el camino.

11. REFERENCIAS

Bio Bio Chile. (19 de 5 de 2014). Obtenido de <http://www.biobiochile.cl/noticias/2014/05/19/los-7-fabricantes-japoneses-de-camaras-fotograficas-que-sufren-ante-el-auge-de-los-smartphones.shtml>

24 Horas Noticias. (25 de 1 de 2016). Obtenido de <http://www.24horas.cl/tendencias/ciencia-tecnologia/la-nostalgia-por-las-camaras-fotograficas-instantaneas-1911129>

IAB Chile. (2016). Obtenido de <http://www.biobiochile.cl/noticias/2014/05/19/los-7-fabricantes-japoneses-de-camaras-fotograficas-que-sufren-ante-el-auge-de-los-smartphones.shtml>

Sepulveda, P. (24 de 10 de 2015). *La Tercera*. Obtenido de <http://www.latercera.com/noticia/matrimonios-alcanzan-la-cifra-mas-alta-de-los-ultimos-15-anos/>

11. ANEXOS

Anexo 1: Listado de empresas que se dedican al arriendo de cabinas fotográficas y que utilizan sus páginas web como medio de distribución:

IBooth	Photo Cabina	Photomagic	FotoFun	Cabinas Fotográficas Pro
Hello Foto	BoomBox	Instaphotos	MicroFilms Production	FotoClub
FlashBack	Cabina Fotos	Fancy Fest	Selfie Cam Cabinas	Foto Cool
XDCube	Fotomatic	PhotoFlash	Selfie Stand	Cabina de Fotos
FunnyShot	SmartPhoto	Efepe	Adrenalina Producciones	Insta Photo Booth
ComicCam	HappyPhoto	Onspot	Control del Color	cabinafotográfica.cl
Zapmeta	losnovios.cl			

Anexo 2: Ejemplos de servicios ofrecidos por la competencia

Cotillón



Scrapbook



Envío a Redes Sociales y Flipbook



Cabinas Flúor y Cubo



Marcos Externos



Anexo 3: Esqueleto propuesto para la página web y la página de Facebook

INICIO NOSOTROS PLANES GALERÍA CONTACTO

King Photo

CABINAS FOTOGRAFICAS



NOSOTROS

Calidad, diseño y entretenimiento

King Photo retrata la pasión por las fotos y registros audiovisuales de nuestro equipo. Nuestro servicio se compone principalmente por el arriendo de cabinas fotográficas. Además de esto, nosotros entregamos valor agregado en los servicios adicionales como el arriendo del dron, arriendo de GoPro para sacar fotos y hacer videos de la fiesta y lo más importante, entregamos un diseño único y particular en nuestras cabinas.

Poseemos tres planes los cuales te invitamos a conocer en la pestaña "planes".

¡Dale el toque especial a tu evento contratando a King Photo! Sin duda hacemos la diferencia



© 2023 por ROGELIO FUENTES. Creado con [Wix.com](https://www.wix.com)

King Photo

CABINAS FOTOGRÁFICAS



PLANES

PLAN PRINCE (básico)

- 2 horas de servicio de cabina fotográfica
- Cotillón
- Diseño de cabina: fondo y luz (el usuario elige qué fondo y luz quiere en su foto previo a ella).
- Scrapbook (libro, plumones, lápices, stickers y scotch incluido).
- Marcos externos a disposición dentro y fuera de la cabina.
- Impresión de fotos instantáneamente.



PLAN QUEEN (medio)

- 3 horas de servicio de cabina fotográfica
- Cotillón
- Diseño de cabina: fondo y luz (el usuario elige qué fondo y luz quiere en su foto previo a ella).
- Scrapbook (libro, plumones, lápices, stickers y scotch incluido).
- Marcos externos a disposición dentro y fuera de la cabina.
- Impresión de fotos instantáneamente.
- Envío de fotos a redes sociales instantáneamente
- Alfombra roja
- Video mensaje



PLAN KING (premium)

- 4 horas de servicio de cabina fotográfica
- Cotillón extra premium
- Diseño de cabina: fondo y luz (el usuario elige qué fondo y luz quiere en su foto previo a ella).
- Scrapbook (libro, plumones, lápices, stickers y scotch incluido).
- Marcos externos a disposición dentro y fuera de la cabina.
- Impresión de fotos instantáneamente.
- Envío de fotos a redes sociales instantáneamente
- Alfombra roja
- Video mensaje
- Drone para cubrir la fiesta/evento
- GoPro para cubrir la fiesta/evento
- Flipbook y foto collage



King Photo

CABINAS FOTOGRÁFICAS



GALERÍA



King Photo

CABINAS FOTOGRÁFICAS



CONTACTO

¿Necesitas una cotización? Para preguntas generales relacionadas a nuestros productos y servicios, por favor llena este formulario:

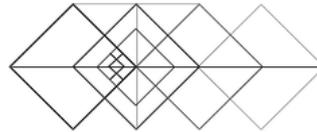
Nombre

Email

Asunto

Mensaje

Enviar



contacto@kingphoto.cl // Tel: 914-123-456 //

f t v © 2023 por ROGELIO FUENTES. Creado con Wix.com

Page Messages Notifications Insights Publishing Tools Settings Help

King Photo
@kingphotocabina

Home
About
Posts
Shop
Videos
Photos
Events
Notes

Like Message More + Add a Button

Status Photo / Video Event, Milestone +

Write something...

Search for posts on this Page

0 likes 0 this week

Anexo 4: Cálculo de la tasa de descuento a través del modelo CAPM

CAPM	Valor	Fuente	Observación
Tasa Libre de Riesgo	4,58%	BCP 10 Años	18 de noviembre de 2016 ⁹
Retorno del Mercado	7,42%	Rentabilidad IPSA	Promedio últimos 10 años ¹⁰
Beta	0,88	Damodaran Online	Beta no apalancado - "Office Equipment & Services" (Global) ¹¹
Tasa de Descuento	7,08%		

⁹ <https://www.abif.cl/tasas-del-mes/>

¹⁰ <http://es.investing.com/indices/ipsa-historical-data>

¹¹ http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datacurrent.html

Anexo 5: Compra Iglú



\$
TRADE ASSURANCE



Venta caliente populares inflable fotomatón tira llevada

Ver nombre original del producto en inglés

2 vendidos

Precio: **US \$460.00** / unidad
Aprox. CLP 312,083 / unidad

Envío: **US \$26.32 a Chile vía DHL** ▼
Tiempo de entrega: 12-24 días

Cantidad: unidad (8 unidades available)

Precio total: **US \$486.32** (Aprox. CLP 329,940)

Comprar ahora
Añadir a la cesta

➤ Añadir a mi Lista de Deseos (1 veces añadido) ▼

Cupones de vendedor: Consigue un cupón de US \$10.00 ▼ Vistos recientemente



\$
TRADE ASSURANCE



Venta caliente populares inflable fotomatón tira llevada

Ver nombre original del producto en inglés

2 vendidos

Precio: **US \$460.00** / unidad
Aprox. CLP 312,083 / unidad

Envío: **US \$26.32 a Chile vía DHL** ▼
Tiempo de entrega: 12-24 días

Cantidad: unidad (8 unidades available)

Precio total: **US \$486.32** (Aprox. CLP 329,940)

Comprar ahora
Añadir a la cesta

➤ Añadir a mi Lista de Deseos (1 veces añadido) ▼

Cupones de vendedor: Consigue un cupón de US \$10.00 ▼ Vistos recientemente

[Detalles del producto](#)
[Valoraciones \(0\)](#)
[Envío y pago](#)
[Garantías del vendedor](#)
[Report item](#)

Especificaciones del artículo

Tipo: Suministros de eventos y fiestas

Ocasión: Boda

Tipo de artículo para eventos y fiestas: Otros

material: 210d oxford

printing: small logo for free

certification: CE/UL

accessory: carrybag,canton box,blower

Material: Tela

Número de modelo: PH0148

name: inflatable photo booth led strip

thickness of the wall: 25cm

led light: ledstripes(can chang colors)

shipping: by DHL(5-7days,door to door)

color: white

<https://es.aliexpress.com/item/hot-selling-popular-inflatable-photo-booth-led-strip/1000001807613.html?spm=2114.10010408.1000014.34.ICbc9G&scm=1007.13338.49932.0&pvid=62993ac8-c422-481c-81bb-9397ea429d44&tpp=1y>

Anexo 6: Detalle Compra Cotillón



Photo Booth Atrezzo 72 Unids/set Cabina de Fotos Para La Boda de Cumpleaños Decoración Del Partido Photo Booth Atrezzo Gafas Bigote de Labios En Un Palo

Ver nombre original del producto en inglés

4 vendidos

Precio: US \$11.45 / lote. (72 unidades / lote, US \$ 0.13 / unidad)

Oferta: **US \$9.16** / lote **20% off** Termina en 1 días

Aprox. CLP 6,215 / lote

Más ofertas te esperan en la app

Envío: **Envío gratis a Chile via China Post Registered Air Mail**

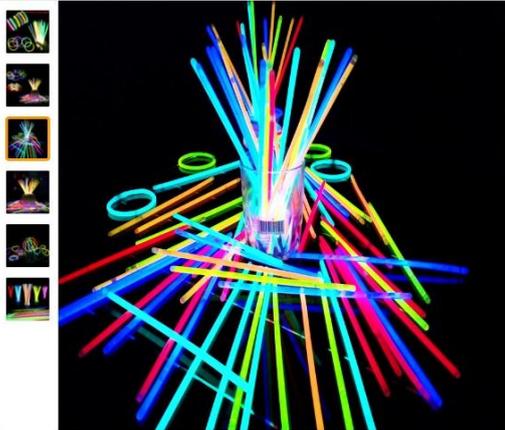
Tiempo de entrega: 38-53 días

Cantidad: lote (995 lotes available)

Precio total: **US \$9.16** (Aprox. CLP 6,215)

[Comprar ahora](#) [Añadir a la cesta](#)

<https://es.aliexpress.com/item/DIY-Mask-72PCS-Set-Photo-Booth-Props-With-Paper-Straws-Stick-Paper-Crafts-Wedding-Sign-Photo/32681359001.html?spm=2114.10010408.1000014.2.ihMHA1&scm=1007.13338.49932.0&pvid=0c2c0b21-317f-45ee-9630-8f2aff54a4dc&tpp=1>



100 unids Alta Calidad Multi Color Glow Stick Partido Pulseras Luz Glowsticks palo de luz, Christams regalo, envío Gratis

Ver nombre original del producto en inglés

★★★★★ 4.9 (56 votos) 63 vendidos

Precio: **US \$16.50** / lote 100 unidades / lote, US \$0.17 / unidad

Aprox. CLP 11,195 / lote

Precio al por mayor:

Envío: **US \$4.63 a Chile via China Post Registered Air Mail**

Tiempo de entrega: 38-53 días

Cantidad: lote (843 lotes available)

Precio total: **US \$21.13** (Aprox. CLP 14,336)

[Comprar ahora](#) [Añadir a la cesta](#)

Añadir a mi Lista de Deseos (497 veces añadido)

<https://es.aliexpress.com/item/High-Quality-100pcs-Multi-Color-Glow-Stick-Party-Light-Bracelets-Glowsticks-light-stick-Christams-gift-Free/32347960753.html?s=p&spm=2114.10010408.1000015.10.ihMHA1>

Anexo 7: Detalle cotización tótems (cámara réflex, pantalla táctil y la impresora están incluidas)



LISTA DE PRECIOS CABINAS FOTOGRAFICAS AGOSTO 2016

CARACTERISTICAS GENERALES

MODELO	VERS.	VALOR	IMPRESORA	CAMARA	PANT. TACTIL	COMPUTADOR
FC-260	3.0	\$ 2.490,000	HITI P520L	SIN CAMARA	21.5" LED	NOTEBOOK O MINI PC
FC-260	3.1	\$ 2.790,000	HITI P520L	CANON EOS T5	21.5" LED	NOTEBOOK O MINI PC
FC-260	FULL	\$ 2.990,000	HITI P520L	CANON EOS T5	21.5" LED	NOTEBOOK O MINI PC

VALORES MAS IVA.

NOTA:

MODELO FC-260 FULL INCLUYE BIOMBO UNIVERSAL QUE TRANSFORMA EL TOTEM EN CABINA CERRADA.
EL BIOMBO INCLUYE 1 JUEGO DE FONDO Y 2 CORTINAS LATERALES COLOR A ELECCION ENTRE ROJO Y NEGRO.

LAS MEDIDAS DEL TOTEM FOTOGRAFICO SON LAS SIGUIENTES:

ALTO (cms)	ANCHO (cms)	PROF.(cms)
200	60	40

OTROS PRODUCTOS

BIOMBO UNIVERSAL (por separado)	\$ 490,000	\$ 350,000	<i>Oferta</i>
PRINTER CASE PROTECTOR	\$ 190,000	\$ 149,000	

VALORES MAS IVA.

TODOS NUESTROS EQUIPOS VIENEN CON LICENCIA WINDOWS ORIGINAL WIN 8 O WIN 10.

PROMOCION VIGENTE HASTA AGOTAR STOCK

POR LA COMPRA DE CUALQUIERA DE NUESTROS EQUIPOS RECIBA 1/2 CAJA DE PAPEL HITI 520 DE REGALO.

(LA 1/2 CAJA TIENE UN RENDIMIENTO DE 500 FOTOGRAFIAS DE 10 X 15.)

ATENCION!!!

CONTAMOS CON EQUIPOS PARA ENTREGA INMEDIATA.

FORMAS DE PAGO:

TERJETAS DE CREDITO

PAGO EN EFECTIVO (5% descuento adicional)

TRANSFERENCIA ELECTRONICA (5% descuento adicional)

AV. PROVIDENCIA 2594 LOCAL 211, PROVIDENCIA - SANTIAGO - CHILE

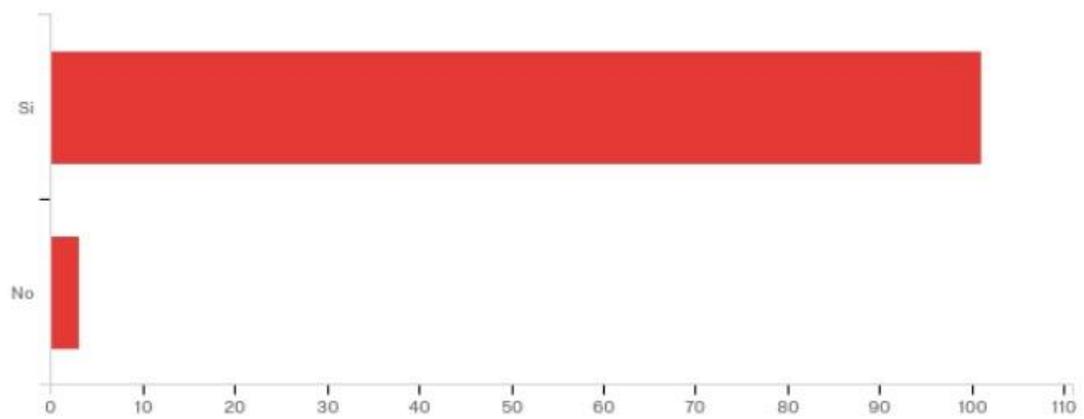
CALLCENTER +562 25564800 - EMAIL: contacto@fotoclub.cl

www.fotoclub.cl www.hiti.cl www.fotolusio.cl

Anexo 8: Resultados Encuesta

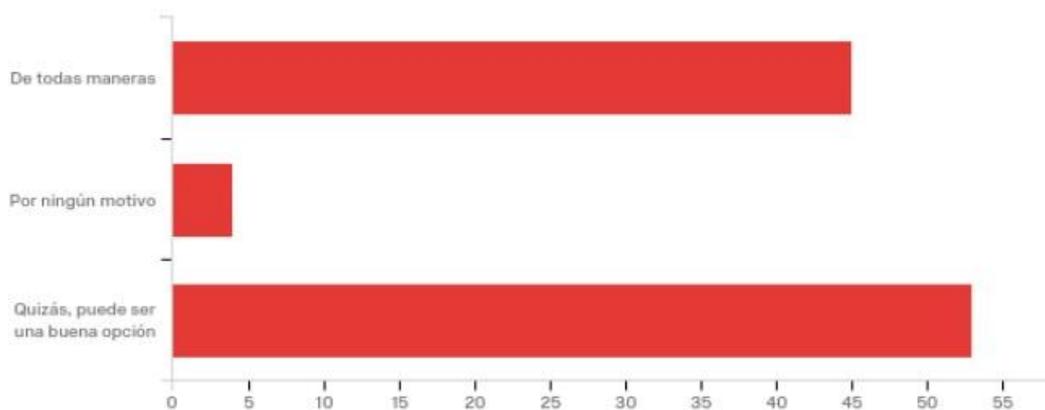
1 - ¿Conoces las cabinas fotográficas?

Answer	%	Count
Si	97.12%	101
No	2.88%	3
Total	100%	104



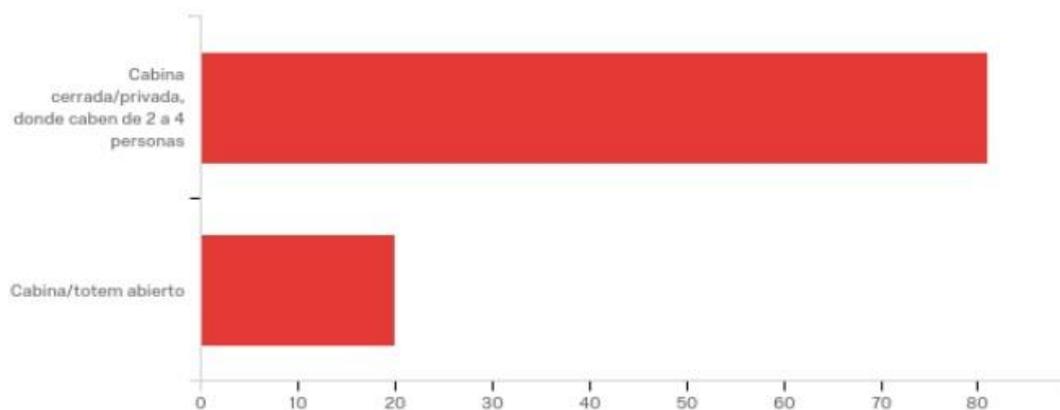
Q16 - ¿Contratarías una cabina fotográfica para tu matrimonio, cumpleaños u otro tipo de evento?

#	Answer	%	Count
1	De todas maneras	44.12%	45
2	Por ningún motivo	3.92%	4
3	Quizás, puede ser una buena opción	51.96%	53
	Total	100%	102



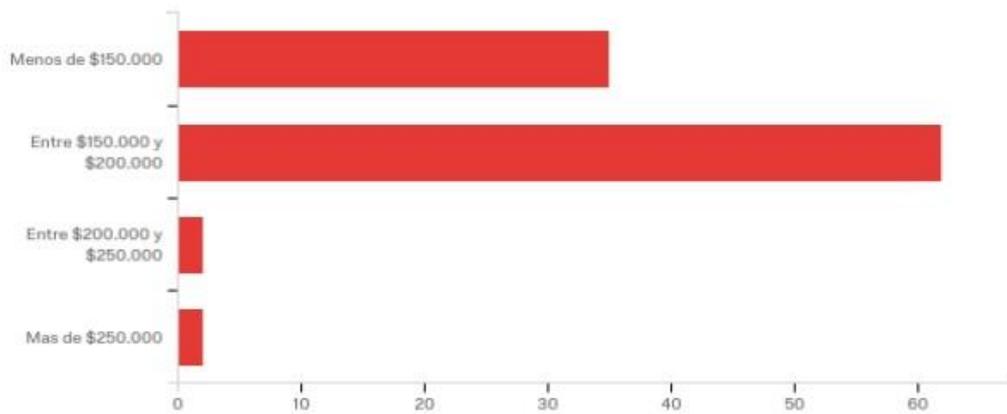
2 - ¿Qué tipo de cabina te gustaría tener en tu evento?

#	Answer	%	Count
1	Cabina cerrada/privada, donde caben de 2 a 4 personas	80.20%	81
2	Cabina/totem abierto	19.80%	20
	Total	100%	101



3 - ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por contratar el servicio de cabina fotográfica por 3 horas en tu matrimonio/cumpleaños/evento?

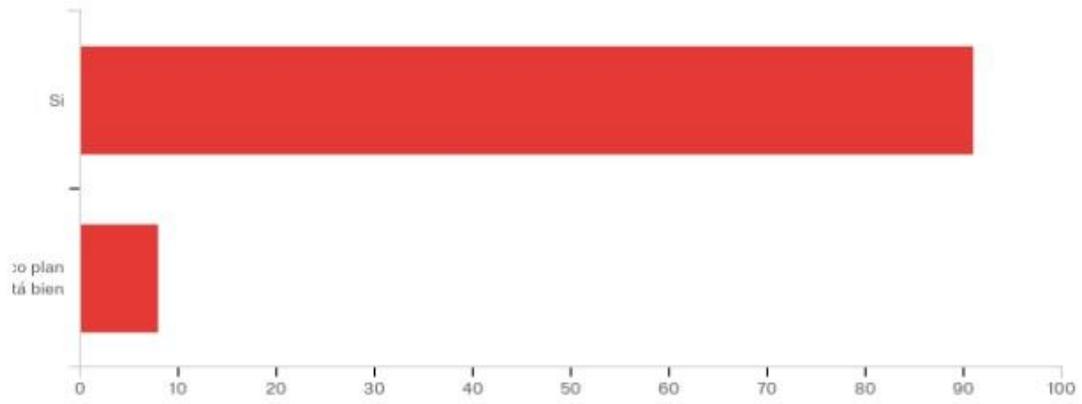
#	Answer	%	Count
1	Menos de \$150.000	34.65%	35
2	Entre \$150.000 y \$200.000	61.39%	62
3	Entre \$200.000 y \$250.000	1.98%	2
4	Mas de \$250.000	1.98%	2
	Total	100%	101



9 - ¿Cuántas horas te gustaría tener el servicio de cabina fotográfica a tu disposición?

Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
Horas	0.00	8.00	4.29	1.47	2.17	86

10 - ¿Te gustaría que existieran distintos planes según tus necesidades?

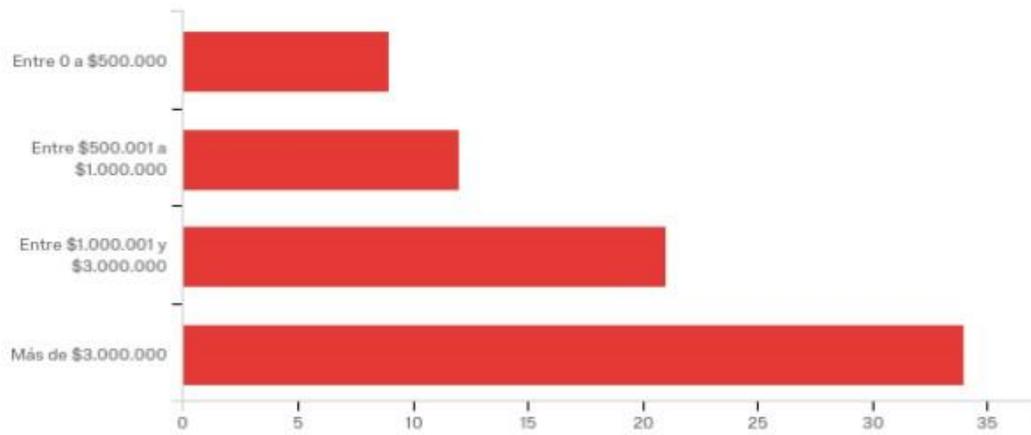


Answer	%	Count
Si	91.92%	91
No, con un único plan está bien	8.08%	8
Total	100%	99

11 - Si tuvieses que armar tres planes, uno básico, uno normal y uno premium, ¿qué elementos tendría cada plan? Los elementos se pueden repetir en los distintos planes.

Question	Plan BÁSICO		Plan NORMAL		Plan PREMIUM		Total
Cotillón	57.14%	48	75.00%	63	69.05%	58	84
Scrapbook (libro, pegamento y plumones)	40.51%	32	63.29%	50	72.15%	57	79
Envío de fotos de redes sociales	48.15%	39	70.37%	57	67.90%	55	81
Impresión de imanes	14.86%	11	25.68%	19	85.14%	63	74
Despacho e instalación	82.50%	66	75.00%	60	67.50%	54	80
Personal de apoyo presente	50.00%	42	67.86%	57	70.24%	59	84
Entrega de foto collage enmarcado	23.38%	18	40.26%	31	77.92%	60	77
Personalización del diseño de la foto (agregar marco, color, agregar emoticon, etc)	21.43%	18	52.38%	44	78.57%	66	84
Flipbook	12.90%	8	41.94%	26	72.58%	45	62
Cabina Flúor	9.59%	7	26.03%	19	84.93%	62	73
Video mensaje	13.58%	11	38.27%	31	82.72%	67	81
Foto cubo	9.23%	6	24.62%	16	84.62%	55	65
Porta foto	9.23%	6	38.46%	25	81.54%	53	65
Marcos grandes (marco Instagram, etc)	29.58%	21	61.97%	44	70.42%	50	71
Pendrivel con respaldo de todas las fotos	68.24%	58	70.59%	60	75.29%	64	85
Fotos con GoPro	3.90%	3	38.96%	30	89.61%	69	77
Drone	1.39%	1	4.17%	3	95.83%	69	72

3 - Indícanos el ingreso total de tu hogar



Answer	%	Count
Entre 0 a \$500.000	11.84%	9
Entre \$500.001 a \$1.000.000	15.79%	12
Entre \$1.000.001 y \$3.000.000	27.63%	21
Más de \$3.000.000	44.74%	34
Total	100%	76