



“ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HONGO OSTRAREY”

Parte II

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

**Alumno: Javier Pichott
Profesor Guía: Arturo Toutin**

Santiago, Septiembre 2017

Índice

Resumen ejecutivo	2
1. Oportunidad de Negocio	3
2. Análisis de la Industria, competidores y clientes.....	4
3. Descripción de la empresa y propuesta de valor	5
4. Plan de Marketing.....	6
5. Plan de Operaciones	7
5.1 Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones	7
5.2 Flujo de operaciones	8
5.3 Plan de desarrollo e implementación	10
5.4 Dotación	13
6. Equipo del proyecto	14
6.1 Equipo gestor	14
6.2 Estructura organizacional.....	15
6.3 Incentivos y compensaciones	16
7. Plan Financiero	17
8. Riesgos críticos	22
9. Propuesta Inversionista	23
10. Conclusiones	24
11. Bibliografía y Fuentes	25
ANEXOS.....	27

Resumen ejecutivo

Natural Fungi desea comenzar a producir un producto que actualmente no se comercializa en Chile, el hongo Ostra Rey, producto de tamaño superior a los hongos comercializados actualmente en Chile, con un sombrero que puede llegar a medir 10 cm de diámetro, carne consistente y de sabor similar a la carne cuando se cocina a la parrilla, ingresando así en la industria de venta de insumos alimenticios para restaurantes.

La empresa está enfocada en abastecer a restaurantes de la región metropolitana que busquen satisfacer las necesidades del grupo socioeconómico (GSE) ABC1 y C2, segmento que representa el 29% de la población de la región metropolitana y muestra un especial interés por salir a comer, según estudio de Adimark el 61% del GSE ABC1 y el 48% del GSE C2 dice salir a comer a restaurantes al menos 1 vez al mes según estudios. Por otro lado las nuevas tendencias de alimentación y vida sana aumentan año a año, teniendo una mejor aceptación a nuevos alimentos como son los hongos.

La empresa venderá por medio de sus agentes de ventas, call center, tienda propia, partners, alianzas estratégicas y eventos culinarios, todos estos esfuerzos se verán apoyados por los objetivos de marketing y una campaña de marketing digital constante.

Al segundo año debiese alcanzar a capturar a un porcentaje importante de los clientes de la industria que están dispuestos a comprar el producto (273 restaurantes), con un volumen de venta promedio de 8 kilos mensuales del hongo por restaurant, al quinto año la empresa debiese prospectar casi el 100% de los restaurantes de su segmento Objetivo, obteniendo 538 clientes, que equivalen al 16.44% del segmento clientes (3.273 restaurantes en RM). A partir del sexto año en adelante el cierre de nuevos clientes bajaría, proyectando solo un crecimiento promedio del 1.43%.

El proyecto estudiado a 10 años, en base a un análisis de valor residual, es decir suponiendo que la empresa opera a perpetuidad, presenta un valor actual neto de \$233.287.472 con una TIR de 24.22%, en un segundo análisis, se obtuvo un VAN de 67.285.656 y una TIR 18.81%, donde se supone que al décimo año la empresa finaliza sus operaciones, demostrando con esto que el proyecto es rentable para los inversionistas.

1. Oportunidad de Negocio

Natural Fungí se dedicara a la venta de insumos alimenticios, específicamente hongo Ostra Rey (*Pleurotus eryngii*), producto no comercializado ni producido actualmente en Chile. Según información entregada por la FAO existen más de 2.000 especies de hongos comestibles¹ en el mundo (Anexo 1).

El hongo que desea producir y comercializar es de una consistencia firme con un sabor suave similar a la carne y sumado a esto las bajas calorías y tener un bajísimo aporte de grasas², además este hongo se está estudiando actualmente en aplicaciones medicinales (Anexo 3)³.

Por otro lado la población estimada en la región Metropolitana al 2015, que asciende a 7.193.719 habitantes⁴, obtenemos que el número total de personas que sale a comer al menos una vez al mes es de 1.051.002 (Anexo 5).

Además la frecuencia de “salidas a comer” ha cambiado, hoy el 44% del GSE ABC1 y el 42% del C2 van a restaurantes de comida China (Anexo 6), el 78% de los chilenos dice estar preocupado por su bienestar y vida sana (anexo 7), esto apoyado con que los chilenos creen que comer saludable es comer frutas, verduras, pescados y legumbres, el GSE ABC1 y C2 creen que es un 70% y 79% respectivamente (Anexo 8).

Finalmente es posible ver un crecimiento del 32%⁵ entre el 2010 y 2015 de la industria de restaurantes en la región Metropolitana, muestran una oportunidad en una industria (Anexo 10).

Más detalles sobre este punto en parte I del plan de negocios.

¹Wild edible fungi a global overview of their use and importance to people (<http://www.fao.org/docrep/007/y5489e/y5489e05.htm>).

²<http://www.saludybuenosalimentos.es/nutricional/index.php?s1=Hongos&s2=Setas&s3=Seta%2Bde%2BCardo&s4=Seta%2Bde%2BCardo&orden=energia&sentido=ASC>

³<http://hongos.cl/es/pleurotus-eryngii>

⁴<http://palma.ine.cl/demografia/menu/EstadisticasDemograficas/DEMOGRAFIA.pdf>

⁵http://www.sii.cl/estadisticas/empresas_rubro.htm

2. Análisis de la Industria, competidores y clientes

La empresa pertenecerá a la industria de empresas “Productoras y Comercializadoras de Productos del Reino Fungí”, la empresa se enfocará en clientes ABC1 y C2 de la región Metropolitana de Santiago de Chile (Anexo 10).

Según Servicio de Impuestos Internos, existen en la región Metropolitana un total de 11.688 restaurantes, dado el número de restaurantes es esperable que se comporte de forma similar a la distribución poblacional, por lo que existen al menos un total de 3.273 restaurantes del segmento objetivo.

Los restaurantes compran en promedio 28.13 kilos semanales de hongos, en sus distintas variedades, lo que se traduce en un total mensual de 112.52 kilos por restaurant de los cuales el 50% corresponde a champiñón París, seguido por Shitake, Portobello y Ostra con un 15% de participación estimada, el 5% restante se divide en otros hongos. El tamaño de industria estimando en el que estará inserto Natural Fungí es de \$1.714.029.188 mensuales, lo que se traduce a un mercado de \$20.568.350.250 anuales netos.

En cuanto a competidores observados se desprende que las principales empresas productoras son de la región Metropolitana (Anexo 9). La gran mayoría de las empresas distribuyen y venden el “champiñón París”, otros tipos de hongos encontrados son Boletus, Morchella, Lactarius, Portobello, Ostra y Shitake. Del análisis de los competidores, antes mencionados, el principal competidor, en términos de volumen consumido, es el champiñón París seguidos por el Portobello, Ostra y Shitake.

De las primeras entrevistas en profundidad se concluyó que del total de 13 restaurantes encuestados el 75% se mostró dispuesto a probar el producto (Anexo 11), un 8% mencionó que si lo compraría.

Se puede concluir que la industria posee un crecimiento cercano al 9%, superior al resto del país, lo que sumado a las tendencias vanguardistas e innovadoras, producen que esta industria tenga un alto atractivo.

Más detalles sobre este punto en parte I del plan de negocios.

3. Descripción de la empresa y propuesta de valor

A continuación por medio del modelo Canvas, que consta de 9 puntos clave, se detalla la propuesta de valor de la empresa:

1. **Propuesta de valor:** Producir y comercializar hongos Ostra Rey, producto no comercializado actualmente en Chile.
2. **Segmento de Cliente y Usuarios:** Restaurantes de la región Metropolitana de Santiago de Chile, enfocados al GSE ABC1 y C2. Los usuarios serán Chef ejecutivos o Jefes de cocinas, Sous-chef.
3. **Relacionamiento:** Página web, mail, call center, tienda, agente de ventas, personal de distribución, marketing B2B.
4. **Canales:** Página web, tienda, chofer y peoneta de despacho, call center y agente de ventas.
5. **Actividades Claves:** Producir, cosechar, vender y comercializar los hongos, mediante una distribución y entrega oportuna del producto, canales de comunicación funcionales, marketing mix.
6. **Recursos Claves:** Capital, hosting web, RRHH, insumos básicos de producción (Salvado de trigo, aserrín, yeso, frascos, entre otros), máquina pasteurizadora, aire acondicionado, aspersores, teléfonos, furgón de distribución, planta productiva.
7. **Partners:** Fundación Fungí, Instituto profesional de artes culinarias y servicios Culinary y Ecole, institutos técnicos profesionales Inacap y Duoc UC en sus carreras de cocina.
8. **Fuente de Ingreso:** Ventas diarias, semanales, mensuales con boletas o facturas a través de los medios destinados para dicho fin.
9. **Estructura de Costos:** Costos de insumos productivos, sueldos, hosting página web, furgón de distribución (compra, mantención e insumos), costos básicos (oficina, luz, agua y teléfono), mantención planta productiva.

Más detalles sobre este punto en parte I del plan de negocios.

4. Plan de Marketing

El objetivo de la campaña de marketing será que el 40% de los chef del segmento objetivo conozca la marca y el producto y alcanzar una meta equivalente al 10% de las ventas finales del primer periodo de funcionamiento

El producto que comercializará y producirá la empresa, hongo Ostra Rey (*Pleurotus eryngii*), no se produce actualmente en Chile, se entregara en cajas de cartón por kilo.

El hongo posee un sombrero de 4 a 10 cm. de diámetro, de cuerpo Carnoso, consistencia compacta y firme pero tierna, sabor suave, cocinado a la parrilla presenta un sabor similar a la carne.

En base a la información de mercado se obtuvo que el costo neto por cada kilo de hongo Ostra Rey producido y empaquetado es de \$1.219, en cuanto al precio, basado en la diferenciación del producto, la empresa ha decidido fijar un precio de \$10.900 por kilo de hongo Ostra Rey, posicionándolo un 87.6% más caro que el hongo Ostra, obteniendo un margen bruto cercano al 794 %.

La estrategia de comunicación y ventas de la empresa Natural Fungí será de forma multicanal, centrándose en 5 canales, página web, agentes de ventas, call Center de atención al cliente y tienda propia, eventos gastronómicos y culinarios, alianzas estratégicas con escuelas e institutos de cocina como el Instituto Internacional de Artes Culinarias "Culinary", Escuela Culinaria Francesa "Ecole", Instituto Profesional Duoc UC (Escuela de Cocina), Instituto Profesional Inacap (Escuela de Cocina).

A fines del segundo año la empresa proyecta que el 100% de los clientes que si están dispuestos a comprar el producto, equivalentes al 8.33% de la muestra (273 restaurantes), le comprarán. Al quinto año la empresa debiese prospectar casi el 100% de los restaurantes del segmento objetivo, los que equivalen al 16.44% de nuestro universo total de clientes, a partir del sexto año la tasa de cierre de nuevos clientes bajaría proyectando un crecimiento del 1.43%.

Más detalles sobre este punto en parte I del plan de negocios.

5. Plan de Operaciones

5.1 Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

Natural Fungí inicialmente solo producirá a una escala que le permita abastecer a sus clientes ubicados en la región Metropolitana de Santiago, al largo plazo espera poder abastecer a gran parte del territorio chileno y otras regiones de América Latina y el mundo.

La empresa desea desarrollar sus operaciones de forma eficiente y efectiva en todo el proceso, desde la producción del hongos Ostra Rey hasta la posterior distribución a todos sus clientes en el tiempo propuesto de entrega, es por esto que las tareas de mayor importancia son la administración de las operaciones, manejo de inventarios, demanda y proyectos futuros asociados a mejora continua, buscando siempre la eficiencia de los procesos productivos, cuya principal fuente de inversión será obtenida del 10% de las utilidades durante los primeros 10 años de funcionamiento.

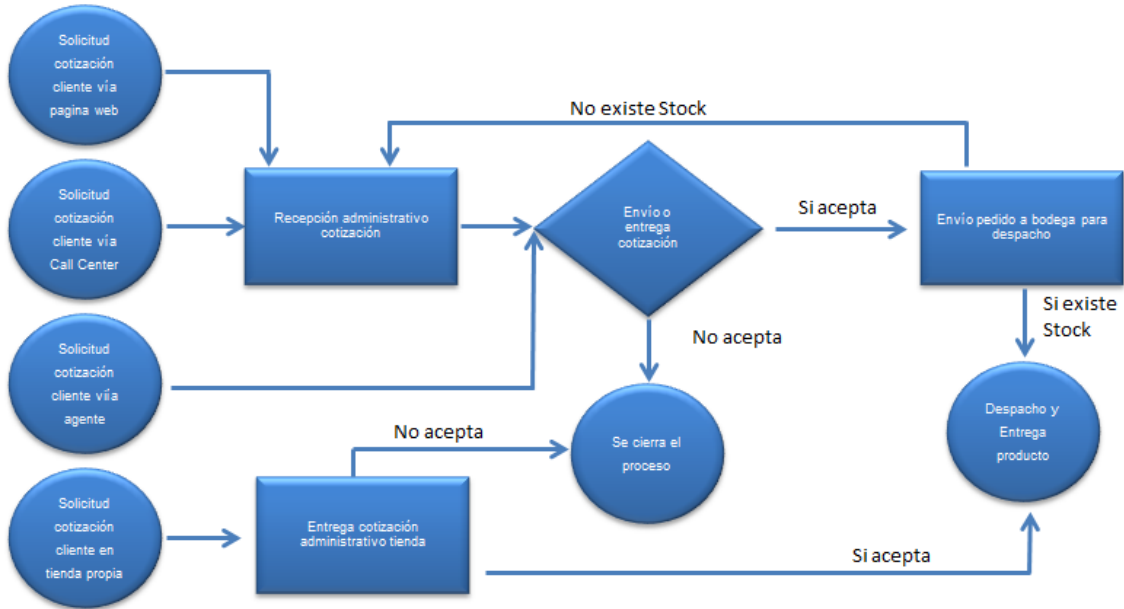
Natural Fungí sabe que la clave de su ventaja competitiva está asociada a la calidad de su producto final y, por sobre todo, al servicio asociado a la venta de este, es por esto que su competencia central está basada en sus empleados, ya que por medio de ellos puede asegurar un producto de calidad, a tiempo y con un servicio, durante todo el proceso, de primer nivel. Razón de esto es que la empresa ha decidido externalizar la contratación de todos aquellos cargos que necesiten especial desarrollo en habilidades blandas, orientados al logro y una fuerte habilidad asociada a atención de clientes.

Por otro lado, la capacidad máxima de producción de un contenedor de 20 pies es de 19.548 Kilos de hongo al año (Anexo 20), por lo que para cubrir la demanda del primer año solo se requiere de un container, al décimo año la empresa deberá tener 4 containers de fructificación, de esta forma podrá cubrir la demanda estimada anual de 58.104 kilos de hongo, cabe decir que la capacidad de 4 containers de 20 pies equivale a 78 mil kilos de hongo anual, exceso de capacidad que permitirá seguir entregando muestras por parte de los agentes de venta, apalea el 5% de merma mensual estimada y permitir tener un stock de emergencia en caso de tener que responderle de forma urgente a un cliente.

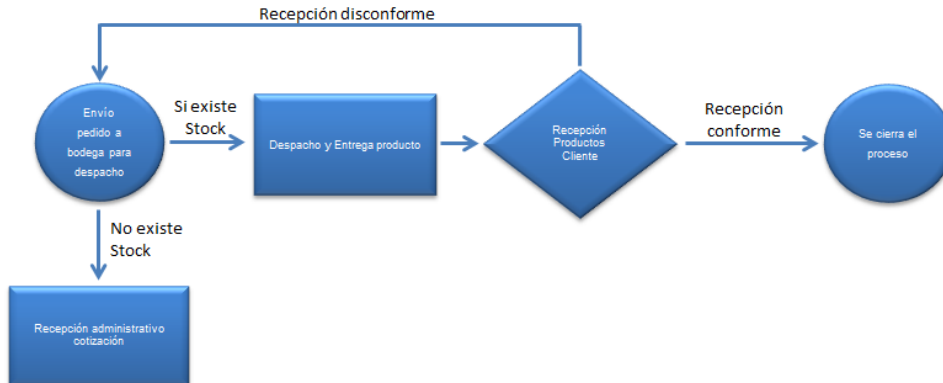
5.2 Flujo de operaciones

A continuación se detallan los 3 flujogramas asociados a los procesos más relevantes de la empresa:

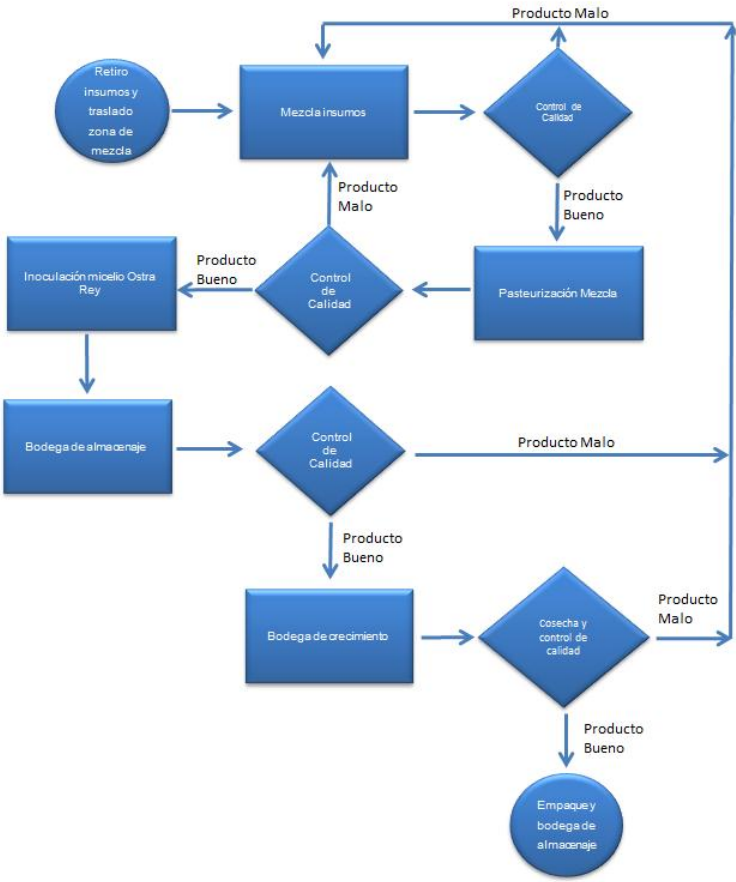
1. Flujo Ventas: el alcance del flujo presentado a continuación es desde el ingreso de una solicitud de cotización hasta el despacho o entrega presencial del producto al cliente



2. Flujo Distribución: El alcance del flujo presentado es desde el ingreso del pedido hasta la recepción conforme de este.



3. Flujo Producción: se describe el proceso desde el retiro de los insumos de la bodega de almacenaje hasta el empaque y almacenado en la bodega de productos terminados.



5.3 Plan de desarrollo e implementación

Para que Natural Fungí esté en condiciones óptimas de iniciar sus operaciones y ventas requiere llevar a cabo un plan de desarrollo⁶ que consta con un total de 12 actividades, las cuales se detallan a continuación por orden cronológico de realización, carta Gantt con el detalle de plazos y tiempos en anexo 21.

- I. **Formación sociedad y giro en SII:** Para la sociedad se recomienda una SpA, por razones de flexibilidad, ya que para futuras situaciones es fácilmente adaptable a una Sociedad Anónima (Aumentos de capitales transables con emisión de acciones), o bien una relación de socios más de confianza, como lo es la Sociedad Limitada. Al optar a una sociedad con acciones, esta permite la aceptación de los honorarios de la administración de esta, por parte de los mismos socios, cosa que en un modelo de Responsabilidad Limitada es rechazada a nivel tributario. Finalmente facilita la venta de responsabilidades y derechos de la sociedad, sin necesidad de tener autorización de la junta, por lo que si uno de los dos socios decide retirarse, el modelo de Sociedad por acciones, permite que un socio administre el 100% del capital social, siendo único socio, y tomador de decisiones. El servicio asociado a la formación de sociedad se estima en un valor de \$180.000 (Anexo 22)
- II. **Arriendo Planta:** la empresa en un comienzo arrendara un galpón donde instalara los containers de producción, el galpón de 1.200m² está ubicado en quinta normal, a un valor mensual de arriendo de 75 UF ⁷(Anexo 23).
- III. **Compra containers producción y bodega:** en un comienzo la empresa necesita comprar 2 containers de 20 pies equipados con racks, cada uno con un valor estimado por unidad de \$2.201.500, de estos containers serán utilizados; 1 para producción en etapa de fructificación y 1 para la inoculación del hongo, mientras que para la etapa inicial de colonización y para la bodega se utilizara un container de 40 pies para cada etapa, el valor es de \$1.654.100 cada uno (Anexo 24).
- IV. **Compra containers oficina y tienda:** para las oficinas se estiman 3 containers de 40 pies y 1 container de 20 pies para la tienda, los 4 por un valor de \$14.316.890,

⁶ Todos los valores presentados son netos.

⁷ <https://www.economicos.cl/propiedades/bodega-1200mt2-regularizada-salvador-gutierrezradal-uf-75-codAAKAZLY.html>

además estos servirán de fachada para la planta, es decir el galpón productivo estará a continuación de las oficinas (Anexo 24).

V. Compra maquinaria y equipamiento:

- a. Maquina aire acondicionado: pensado para refrigerar 1 container de 20 pies, a un valor de \$385.000, se debe considerar la instalación más los insumos extras, tiene un valor de \$228.000 por equipo (Anexo 25).
- b. Pasteurizadora o Autoclave: debe ser capaz de pasteurizar al menos 10 kilos por hora, ya que se producen en primera instancia 181 frascos al día de 450grs de mezcla, se compraran 2 autoclaves de 50 litros cada uno a un precio de \$2.152.950 (Anexo 26).
- c. Maquina flujo laminar: evita la contaminación en el paso de la inoculación de la espora o micelio en la mezcla previamente pasteurizada, con un valor de \$2.2150.000 (Anexo 27).
- d. Frascos: la empresa debe tener al menos 23.000 frascos al segundo mes de producción a un valor total de \$238. Se debe considerar aquí una recompra mensual producto de daño o perdida de material, se espera que sea alrededor del 1% (Anexo 28).
- e. Filtros: utilizados en la etapa de colonización tienen como objetivo permitir que el hongo reciba aire en el proceso de colonización pero impide que cualquier agente externo, que pueda dañar el proceso, ingrese al frasco, cada uno tiene un valor de 1.19USD (Anexo 29)⁸.
- f. Generador de emergencia: la planta requiere de un generador alternativo en caso de que exista un corte de luz imprevisto, es por eso que en base al consumo de la empresa se ha decidido comprar 2 generadores de 22Kva, cada uno de ellos alcanza a cubrir un container de producción, con un valor de \$5.355.000 cada uno (Anexo 30).
- g. Vehículos de trabajo: la empresa para poder operar considera la adquisición por medio de un leasing operativo de 1 vehículos furgon bóxer, modelo L2 CABINA 2.2 HDI 150HP AA, el cual será utilizado para despachar productos, este vehículo tiene un valor de arriendo mensual de 21.20 UF (Anexo 31).

⁸ <http://www.ebay.com/itm/100-discos-de-filtro-Sintetico-cultivo-de-hongos-creciente-90mm-ajuste-frascos-de-boca-ancha-/291054542996? ul=AR>

- VI. Obtención Permiso Sanitario:** normas vigentes informadas por la Seremi de Salud Metropolitana, legislación que está dentro de la reglamentación del Ministerio de Salud D.S. n° 977/1996, reglamento sanitario de los alimentos y D.S. n° 594/1996, reglamento sobre condiciones sanitarias y ambientales básicas en un lugar de trabajo⁹
- VII. Compra insumos productivos:** en la tabla 14 se detallan los costos directos asociado a insumos productivos.

Tabla 14. Costo por unidad de insumo productivo.

	Unidad	Costo Neto por 1 unidad
Salvado ¹⁰	Klg	1.597
Aserrín ¹¹	Klg	112,04
Yeso ¹²	Klg	284
Agua Mezcla	Lt.	1,17

- VIII. Contratación equipo producción y agente de venta:** para la contratación del agente de venta y el personal de planta se utilizara la empresa “Grupo Avanza” especializada en contratación, el costo de dicho servicio equivale al 80% sueldo bruto mensual de la persona a contratar (Anexo 32).
- IX. Capacitación equipo producción y agente de venta:** a un mes de la puesta en marcha efectiva de la planta el gerente general y de operaciones se realizara la capacitación a los equipos correspondientes.

⁹ <http://web.minsal.cl/reglamento-sanitario-de-los-alimentos/>

¹⁰ <http://articulo.mercadolibre.cl/MLC-445587444-salvado-de-trigo-grueso-1kg- JM>

¹¹ <http://articulo.mercadolibre.cl/MLC-435413162-aserrin-y-viruta-de-pino-natural- JM>

¹² <http://www.sodimac.cl/sodimac-cl/product/857157/5-kg-Yeso-bolsa/857157>

5.4 Dotación

La empresa ha calculado, que para su primer año de funcionamiento, necesita alcanzar un volumen de producción equivalente a 1 container de 20 pies, en base al proceso de cultivo se necesitarían 1 operario por container más un encargado de inocular el hongo, el cual puede producir el equivalente de 2 container por día. Cabe destacar que el modelo de producción es copiable, es decir, si se necesita duplicar la producción se necesitarían 3 personas, 1 por cada container de 20 pies más la persona encargada del proceso de la inoculación del hongo.

Por otro lado, como se verá en el punto 6.2, la empresa cuenta con un empleado para los cargos de gerente general y de operaciones, gerente de finanzas y comercial, Product Manager Publicidad & productos, Chofer, Peoneta, administrativo de la tienda - call center y un bodeguero. En el caso de los agentes de venta la empresa espera contar con 1 el primer año y para el segundo año espera contar con 2, pero al sexto año la empresa proyecta volver a tener un solo agente de venta dado el tamaño de mercado.

Finalmente se puede notar que, dado el modelo de producción (Anexo 15) por container, la empresa da saltos constantes en producción en función del número de containers que tenga, los que dependen de la demanda a la que se enfrenta la empresa (Tabla 12), por lo que se espera contratar operarios de planta en los años 2 y 4, aumentando así hasta 13 empleados al décimo año (Tabla 15).

Tabla 15. Número de empleados por cargo y por año de funcionamiento

	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gte. General y de Operaciones	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Gte. De Finanzas y Comercial	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Agentes de Vta.	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1
Product Manager Mktg.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Chofer	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Peoneta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Adm. de Tienda / Call center	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Bodeguero	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Adm. Inoculación	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Adm. Producción	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3
Total Empleados	10	12	12	14	14	13	13	13	13	13

6. Equipo del proyecto

6.1 Equipo gestor

El equipo gestor de Natural Fungí está conformado por sus dos socios directores, por un lado Javier Pichott Carpo, Ingeniero Comercial de la Universidad de Los Andes, Magister en Administración y Negocios con mención en Marketing de la Universidad de Chile (Anexo 33), Javier es quien ha dedicado parte importante de su tiempo en conocer y manejar el proceso de cultivo del hongo Ostra Rey, por lo que su participación como gerente de operaciones es fundamental, él ya ha cultivado el hongo en cuestión.

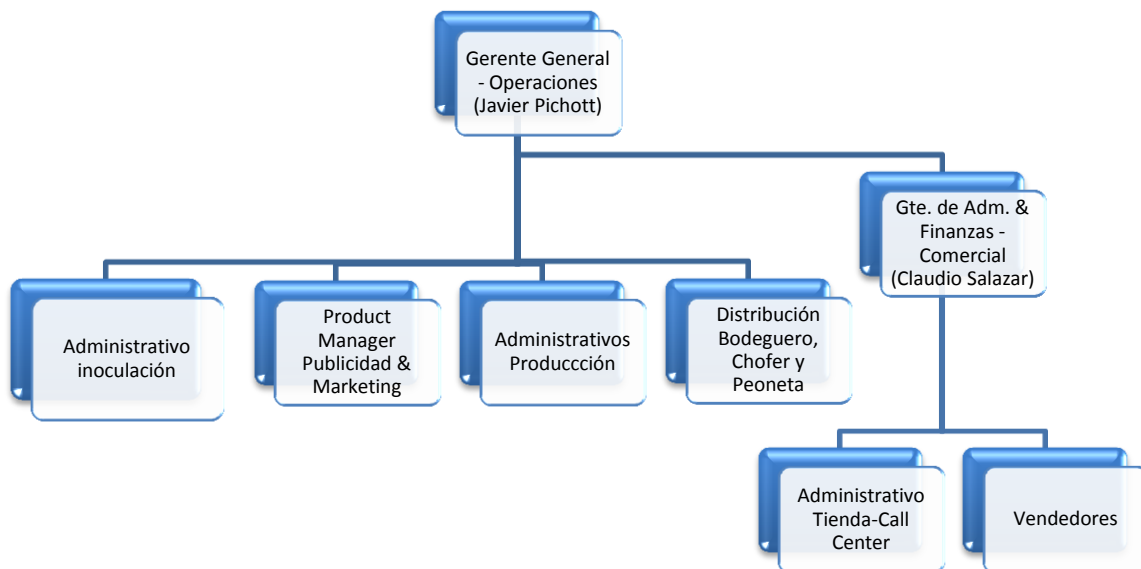
Por el otro lado Claudio Salazar Miño, Ingeniero en Administración de Empresas de la Universidad Diego Portales, con Diplomado en Control y Gestión Financiero y Magister en Administración y Negocios con mención en Finanzas de la Universidad de Chile (Anexo 34).

Ambos profesionales con varios años de experiencia laboral, asumiendo jefaturas en áreas como; comercial, marketing, publicidad, finanzas, contabilidad, recursos humanos y administración, conocimiento que les permitirá poder abordar el desarrollo de esa empresa de manera íntegra, con la expertiz necesaria cumplir a cabalidad con todo lo requerido para llevar a cabo el proyecto de manera exitosa.

6.2 Estructura organizacional

Dado que la empresa presenta unidades específicas, claramente diferenciadas, es que se ha decidido que la estructura organizacional de Natural Fungí será de tipo funcional, ya que esta permite aumentar la productividad y eficiencia de cada parte del equipo, permitiendo que cada trabajador o funcionario pueda concentrarse en su función específica, en la diagrama a continuación se detalla la estructura de la empresa (Tabla 16).

Tabla 16. Organigrama Funcional de la empresa Natural Fungí



La empresa será liderada por sus dos socios, Javier Pichott Carpo como “Gerente General y de operaciones” y Claudio Salazar Miño como “Gerente de Finanzas y Comercial”. Para el personal asociado a producción la empresa requiere de 1 encargado de inocular el hongo más 1 persona por cada container de 20 pies, por lo que para el primer año la empresa solo contara con 2 personas en esta área, para segundo año se espera que los administrativos de producción sean 2 personas, al igual que los agentes de venta, como se comentó en el punto 4.7, y una persona para cada uno de los siguientes cargos de Product Manager Publicidad & productos, bodeguero, Chofer, Peoneta, administrativo de la tienda y de Call Center, es decir la empresa espera contar con 12 personas a partir de su segundo año de funcionamiento.

6.3 Incentivos y compensaciones

Natural Fungí otorgará a sus empleados incentivos, beneficios y compensaciones de acuerdo a sus funciones y responsabilidades, esto quiere decir que existirán comisiones variables por ventas asociadas a los vendedores de la empresa, pero también existirán incentivos y beneficios para los demás trabajadores con contrato indefinido que se especifican a continuación:

- I. **Aguinaldo:** por concepto de fiestas patrias y año nuevo - navidad, cada empleado recibirá un monto líquido de \$80.000, lo recibirá dentro de su liquidación de sueldo del mes en cuestión.
- II. **Día libre por cumpleaños:** beneficio de un día libre remunerado a elección del trabajador, con la condición de ser usado en el mes de su cumpleaños.
- III. **Beneficio Licencia Médica:** a todo trabajador se le pagará los tres primeros días de licencia médica, solo para 1 licencia anual.
- IV. **Seguro Complementario de Salud:** todos los trabajadores contarán con un seguro de salud, para proporcionar una mayor seguridad y bienestar en la empresa.
- V. **Almuerzo:** beneficio para todo trabajador independiente del tipo de contrato, recibirá talonario mensual de cheques de restaurant con un valor diario de \$3.500.
- VI. **Bono Anual:** siempre que la empresa cumpla con las metas proyectadas y presupuestadas a fin del periodo, se pagará un 20% extra de sueldo.
- VII. **Comisiones:** todos los vendedores tendrán comisiones brutas asociadas a metas presupuestadas de forma mensual en términos de clientes y kilos. En tablas 35.1, 35.2 y 35.3 en anexo 35 se indica el resumen de cumplimiento de comisiones, distribución de porcentajes de comisión según su cumplimiento y el sueldo líquido final de cada vendedor según cumplimiento respectivamente.

7. Plan Financiero

Para el desarrollo del plan financiero de la empresa Natural Fungí, en primera instancia, se supuso que la tasa de inflación durante los diez años de evaluación será igual al promedio de la inflación desde el año 2010 al 2016, un 3,15% (Tabla 17).

Tabla 17. Resumen evolución histórica del IPC de Chile desde 2010 al 2016¹³

Serie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
IPC General, información histórica Banco Central	1,42	3,34	3,02	1,79	4,38	4,34	3,79
Promedio 2010 – 2016 (%)	3,15						

Por otro lado la inversión en activo fijo estimada para poder poner en marcha la empresa, según lo visto en el punto 5.3, es de \$ 78.768.291, en la tabla 18 se detallan precios y unidades necesarias, cabe destacar que para el cálculo de la depreciación de los activos de la empresa se usó un modelo lineal a 10 años.

Tabla 18. Descripción de inversión en activos fijos de la empresa Natural Fungí

Descripción	Precio Neto	Uni.	Total Neto	IVA	Total Bruto	Años Vida Útil	Depreciación Anual
Contenedor 20 Pies (Fructificación)	1.850.000	1	1.850.000	351.500	2.201.500	10	185.000
Contenedor 20 Pies (Inoculación)	1.850.000	1	1.850.000	351.500	2.201.500	10	185.000
Contenedor 20 Pies (Tienda)	1.790.000	1	1.790.000	340.100	2.130.100	10	179.000
Contenedor 40 Pies (Oficina)	3.657.500	1	3.657.500	694.925	4.352.425	10	365.750
Contenedor 40 Pies (Comedor)	3.781.000	1	3.781.000	718.390	4.499.390	10	378.100
Contenedor 40 Pies (Baños)	2.802.500	1	2.802.500	532.475	3.334.975	10	280.250
Contenedor 40 Pies (Bodega)	1.390.000	1	1.390.000	264.100	1.654.100	10	139.000
Contenedor 40 Pies	1.390.000	1	1.390.000	264.100	1.654.100	10	139.000

¹³ <http://si3.bcentral.cl/Boletin/secure/boletin.aspx?idCanasta=75G4Y3187>

(Colonización)							
Aire Acondicionado	385.000	2	770.000	146.300	916.300	10	77.000
Frascos de Conserva	264	23.012	6.082.948	1.155.760	7.238.708	10	608.295
Aspersores	2.513	25	62.825	11.937	74.762	10	6.283
Autoclave	2.152.950	2	4.305.900	818.121	5.124.021	10	430.590
Filtros de Discos Sintéticos	792	23.012	18.217.910	0	18.217.910	10	1.821.791
Generador Eléctrico	4.500.000	2	9.000.000	1.710.000	10.710.000	10	900.000
Maquina Flujo Laminar	2.150.000	1	2.150.000	408.500	2.558.500	10	215.000
Material de Oficina	10.000.000	1	10.000.000	1.900.000	11.900.000	10	1.000.000
Inversión en Activo Fijo			69.100.583	9.667.708	78.768.291		6.910.058

El capital de trabajo se calculó por medio del método de “Déficit Operacional”, este es refleja el máximo negativo o ganancia del negocio en un periodo de tiempo determinado.

Para el primer año de funcionamiento la empresa espera tener un déficit operacional equivalente a \$ 151 millones de pesos (Tabla 19), capital que deberá ser solicitado a los inversionistas. En el Estado de Flujo de Efectivo se puede apreciar que para los años 2 en adelante, la empresa constará con flujo necesarios para poder operar sin inconvenientes de liquidez (Anexo 36).

Tabla 19. Evolución y proyección del capital de trabajo del primer año de operaciones.

Capital de trabajo por mes (en m)												
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos	0	0	1.240	2.552	3.864	5.177	6.489	7.801	9.113	10.426	11.738	13.050
Egresos	17.913	17.913	18.059	18.206	18.353	18.500	18.646	18.793	18.940	19.087	19.233	19.380
Déficit Op.	-17.913	-17.913	-16.819	-15.654	-14.488	-13.323	-12.157	-10.992	-9.826	-8.661	-7.495	-6.330
Déficit Acumulado	-17.913	-35.825	-52.645	-68.299	-82.787	-96.110	-108.267	-119.259	-129.086	-137.747	-145.242	-151.572

Por otro lado, también se incorporan a la inversión inicial todos los gastos adicionales en los que incurrirá la empresa para dar el inicio y funcionamiento a sus operaciones, como lo son gastos legales de puesta en marcha, reclutamiento, mano de obra, todos estos gastos se detallan a continuación en la tabla 20.

Tabla 20. Detalle inversión total para poder operar Natural Fungí

Descripción	Uni.	Precio	Total	IVA	Inversión
Mano de Obra	1	10.365.087	10.365.087	1.969.367	12.334.454
Patente Municipal	1	875.000	875.000	0	875.000
Reclutamiento	1	4.524.288	4.524.288	859.615	5.383.903
Gastos Legales y Varios	1	1.066.377	1.066.377	0	1.066.377
Déficit Operación 1er Año	1	151.571.975	151.571.975	0	151.571.975
Capital de Trabajo Total		168.402.727	168.402.727	2.828.981	171.231.709
Cap. De Trabajo más Activo Fijo					250.000.000

En base al Flujo de Efectivo del primer año, se ve que ésta cuenta con un déficit equivalente a \$248.933.623 que son solventados con el capital de trabajo requerido en la inversión inicial de \$250.000.000, quedando un saldo en efectivo en el primer año de \$1.066.377.

Desde el segundo año en adelante se establecerán políticas de recaudación de no más de 60 días, en cuanto a los pagos se generará una política a 30 días a todos sus proveedores, trabajadores y cualquier otro acreedor de corto plazo.

Otro aspecto importante es que Natural Fungí invertirá el 10% de sus utilidades en activos fijos, mantener sus equipos y siempre tener a disposición la mejor tecnología en sus procesos, además de pagar a los socios e inversionista el 90% de las utilidades de forma anual.

Los excesos de liquidez serán reinvertidos en depósitos a plazo u otro instrumento de renta fija para poder obtener ganancias en el corto plazo con este capital, por lo que se estima que

las ganancias de estas inversiones serán en promedio el 3.5%¹⁴ anual, esto se puede observar en los periodos del 8 al 10 del proyecto. El Flujo de Efectivo del periodo 2 al 10 siempre esta con saldo positivo pasando de \$13.462.546 al segundo año a un total de \$60.357.026 al décimo año (Anexo 36).

La empresa desea obtener el capital en un 100% de inversionistas privados, ya que la empresa al no poseer deuda no tiene un ponderador relevante al cual ajustar su tasa de costo de capital. Con la información de mercado, el premio por liquidez y el premio por ser una Start – Up, se obtuvo una tasa de descuento por medio del modelo CAPM del 15.51% (Tabla 21)

¹⁴ <http://www.bancoestado.cl/bancoestado/simulaciones/DepositoPlazo/Resultados.asp>

Tabla 21. Información utilizada para el cálculo de la tasa de descuento del inversionista o CAPM

Descripción	Porcentaje	Fuente
Tasa Libre de Riesgo	4,22%	Banco Central ¹⁵
Premio por Riesgo	6,81%	Damodaran ¹⁶
Beta Industria sin Deuda	0,63	Damodaran ¹⁷
Premio por Liquidez	3,00%	U. de Chile
Premio por Start – Up	4,00%	U. de Chile
Tasa de Descuento	15,51%	

Del Estado de Resultado se desprende que para el primer y segundo año de funcionamiento la empresa presenta resultados operacionales negativos en 158.284.265 y 24.325.953 respectivamente. A partir del tercer hasta el décimo año la empresa generará utilidades después de impuestos llegando en este último a una utilidad equivalente a \$160.944.144 (Anexo 37 y 38).

A partir del Estado de Resultado neto de la empresa se pudo calcular el Flujo de Caja de la empresa, incorporando la depreciación y amortización, que al décimo año ascienden a \$18.430.764 y \$1.192.535 respectivamente, así se obtiene que el Flujo de Caja al décimo es de \$180.567.444 (Anexo 39 y 40).

Finalmente según la información entregada por los Flujos de Caja, se pudo observar que el proyecto al décimo año presenta un valor actual neto de los activos de \$233.287.472 con una TIR de 24,22% (Anexo 40) en caso de proyectar con valor residual, mientras que para el caso del flujo con valor terminal y recuperando toda su inversión inicial, el valor actual neto de los activos de \$ 67.285.656 con una TIR de 18,81% (Anexo 39). Se puede concluir que para ambos casos el proyecto resulta atractivo, ya que presenta un VAN positivo y la TIR es mayor que la tasa de exigencia por los inversionistas que es de 15,51%.

¹⁵ <http://si3.bcentral.cl/Siete/secure/cuadros/arboles.aspx>

¹⁶ http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html

¹⁷ http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

8. Riesgos críticos

Natural Fungí deberá hacer frente a riesgos asociados a; contaminación de la producción, lo que produciría una pérdida del producto, riesgos ambientales que afecten los suministros básicos, desastres naturales y los riesgos asociados a un nuevo desarrollo tecnológico.

El riesgo más latente es la contaminación de la producción producto de otro hongo, como lo es el *Stachybotrys*, el que se encuentra presente en prácticamente el 100% de las casas (moho de baño), para prevenir esto la empresa ha tomado los resguardos necesarios al equipar un container de 20 pies específicamente para la tarea de inoculación, el cual contará con el equipamiento correspondiente que evita o disminuye los riesgos de contaminación ambiental (ver punto 5.3).

Un segundo riesgo son los desastres naturales como terremotos, aluviones u otros que pueda afectar directamente a la producción o equipamiento de la empresa. Para mitigar este riesgo la empresa contratara un seguro de riesgos múltiples para asegurar un capital máximo de 10.000 UF, el cual tiene un valor mensual de 13.33 UF (Anexo 41), para estos efectos se considerarán eventos no naturales también a los incendios, robos, explosiones por fuga de gas, entre otros.

Un tercer riesgo está asociado al desarrollo tecnológico, donde la empresa quede con maquinaria obsoleta para el proceso productivo, generando la opción de ser superada por un competidor, es por esto que siempre se estará invirtiendo parte de las utilidades en nueva tecnología, buscando mejorar sus procesos productivos, manteniendo un producto de alta calidad y excelente sabor (ver punto 3.3).

Durante el año 2017 se experimentaron eventos climatológicos que afectaron los suministros básicos de luz y agua, afectando el correcto funcionamiento de empresas que se vieron hasta más de una semana sin el suministro. La electricidad representan un insumo vital, ya que sin esta no se puede controlar la temperatura dentro de los containers produciendo alteraciones en el producto incluso la pérdida de este, por esto que la empresa se ha provisto de 2 generadores que le permitirán apalejar los efectos de un eventual problema eléctrico (punto 5.3).

9. Propuesta Inversionista

Para poder desarrollar el proyecto de forma completa como se ha expresado en este estudio se requiere de una inversión inicial equivalente a \$250 millones de pesos, con los que se solventarán las inversiones en activo fijo y el capital necesario asociado al funcionamiento de la empresa durante los años que no genera utilidades positivas.

Como fuente de financiamiento del proyecto sus 2 socios fundadores pondrán un capital de \$70.000.000 millones de pesos cada uno equivalente al 28% de participación de la empresa.

Como tercer integrante para obtener el capital necesario se ha contactado a Don Ricardo Galleguillos, a quien se le presentaron los resultados y proyecciones financieras del proyecto y ha decidido de forma conforme participar en la sociedad y formación de la empresa Natural fungí SpA, con un aporte de capital de \$110 millones de pesos por una participación equivalente al 44% de la empresa.

Como resguardo se ha solicitado que Don Javier Pichott esté dispuesto a trabajar al menos 5 años en la empresa, para así capacitar al personal correspondiente y diseñar manuales productivos, en caso de no querer seguir participando de la sociedad debe entregar los conocimientos necesarios a un socio de la empresa para así asegurar su continuidad en el tiempo, esto dado su conocimiento en el cultivo del hongo Ostra Rey.

10. Conclusiones

El producto estudiado actualmente no se comercializa en Chile, es de tamaño grande, de un sabor característico y fuertemente valorado en la comida mediterránea por sus características y tamaño, las que le otorgan un gran valor gastronómico, las tendencias de mercado actuales muestran que el consumidor chileno está abierto a probar nuevos sabores y la investigación de mercado realizada confirma esto por medio de los comentarios recibidos por los chef y administradores de restaurantes.

La empresa canalizara sus esfuerzos en captar a restaurantes enfocados en un segmento socioeconómico ABC1 y C2 de la región Metropolitana, se estima un total de 3.273 restaurantes, con un consumo mensual promedio de 28.13 kilos de hongos según la investigación de mercado realizada, lo que se traduce en más de una tonelada de hongos al año.

Cabe mencionar que del total de hongos comprados por los restaurantes encuestados, el 50% corresponde a champiñón París, el 50% restante se divide en diferentes variedades de hongos de cultivo, la empresa espera obtener al quinto año una participación similar a la actual participación del hongo Ostra tradicional o el Portobello, cercana al 16%.

Para poder llevar a cabo el proyecto presentado se requiere una inversión inicial de \$250 millones de pesos, los cuales serán aportados por 3 socios. La inversión inicial será utilizada en un 68% como capital de trabajo para solventar los primeros años de funcionamiento y un 32% para compra y adquisición de activos fijos y maquinaria (Punto 7).

Finalmente se puede destacar que el proyecto estudiado presenta un valor actual neto de 67.285.656 y una TIR 18.81% (Anexo 39), condición que al décimo año la empresa finaliza sus operaciones y se liquidan los activos, en un segundo análisis se obtuvo un VAN de \$233.287.472 con una TIR de 24.22% (Anexo 40), con un análisis de valor residual, es decir suponiendo que la empresa opera a perpetuidad, demostrando finalmente que el proyecto es rentable para los inversionistas.

11. Bibliografía y Fuentes

- Paul Stamets (2000), Growing Gourmet and Medicinal Mushrooms.
- Wild Edible fungi a global overview of their use and importance to people, Eric Boa, 2004 (FAO Corporate Document Repository) (<http://www.fao.org/docrep/007/y5489e/y5489e05.htm>)
- Página web Salud y Buenos Alimentos <http://www.saludybuenosalimentos.es/nutricional/index.php?s1=Hongos&s2=Setas&s3=Seta%2Bde%2BCardo&s4=Seta%2Bde%2BCardo&orden=energia&sentido=ASC>
- <http://web.sofofa.cl/informacion-economica/indicadores-economicos/estructura-de-la-industria/pib-y-gasto/>
- <http://si3.bcentral.cl/setgraficos/>
- <http://www.dt.gob.cl/tramites/1617/w3-article-100359.html>
- <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=207436>
- <http://web.minsal.cl/reglamento-sanitario-de-los-alimentos/>
- <http://portal.mma.gob.cl/ley-de-fomento-al-reciclaje/>
- <http://www.mytaste.es/click/index/104192486/cocina-casera.com>
- <http://balche.com.ar/informacion->
- <http://www.fungiturismo.com/tipos-de-setas>
- <http://www.setasdesiecha.com/es-cl/orellana-propiedades-beneficios.html>
- <http://biomicelios.com/cultivo-del-hongo-ostra/>
- <http://www.amanitacesarea.com/pleurotus-eryngii.html>
- <http://www.fungipedia.org/hongos/pleurotus-eryngii.html>
- <http://hongos.cl/es/pleurotus-eryngii>
- <http://www.mycomasters.com/Esp/CHDMF12.html>
- <http://www.sabormediterraneo.com/cocina/setas.htm>
- http://www.abc.es/viajar/gastronomia/abci-diez-mejores-setas-otono-espana-201511130305_noticia.html
- http://www.gualomejordelmundo.com/es/top10/vinos-gastronomia-y-puros/productos-delicatessen/6_lo-mejor-de-setas.html

- www.eneldistribucion.cl/simulador-consumo
- http://sociedad.elpais.com/sociedad/2011/08/23/actualidad/1314050407_850215.html
- <http://si3.bcentral.cl/setgraficos/>
- <http://web.sofofa.cl/informacioneconomica/indicadoreseconomicos/estructura-de-la-industria/pib-y-gasto/>
- http://www.sii.cl/estadisticas/empresas_rubro.htm
- <http://www.vivastreet.cl/loteos-lotes/maipo/preciosa-parcela-5000-mt2-cerca-paine--/138198566>
- <https://www.valenzueladelarze.cl/modelos.php?marca=PEUGEOT&modelo=boxer>
- <http://www.jacautos.cl/auto/sunray>
- <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/ver/21409>
- <https://www.economicos.cl/propiedades/bodega-1200mt2-regularizada-salvador-gutierrezradal-uf-75-codAAKAZLY.html>
- <http://www.mycomasters.com/Esp/CHDMF12.html>
- http://www.guialomejordelmundo.com/es/top10/vinos-gastronomia-y-puros/productos-delicatessen/6_lo-mejor-de-setas.html
- <http://si3.bcentral.cl/Boletin/secure/boletin.aspx?idCanasta=75G4Y3187>

ANEXOS

Anexo 1. Número de especies comestibles y medicinales según FAO

Numbers of species of wild edible and medicinal fungi

CATEGORY	NO. OF SPECIES	PERCENTAGE TOTAL
1. Edible only	1 009	43
2. Edible and medicinal	88	4
3. Food only	820	35
4. Food and medicinal	249	11
5. Medicinal only	133	6
6. Other uses (none of above)	29	1
TOTAL wild useful species	2 327	
ALL edible only (1+2)	1 097	
ALL food (3+4)	1 069	
ALL medicinal (2+4+5)	470	

Note: Compiled from more than 200 different sources from 110 countries, but excludes a detailed review of species from developed countries. Varieties and subspecies are counted separately. The categories *food* and *edible* are mutually exclusive. To distinguish clearly between use and properties of a species: substantial numbers of edible species lack confirmed use as food

Fuente: <http://www.fao.org/docrep/007/y5489e/y5489e05.htm>

Anexo 2. 10 hongos comestibles según www.gualomejordelmundo.com



1 Amanita Cesárea, un manjar de reyes
Su nombre es su mejor tarjeta de presentación: la amanita de los Césares. Sólo a ellos estaba permitido el privilegio de comerlas. Al menos eso es lo que dice la leyenda. Considerada la seta más exquisita y cara del mercado (supera los tres euros el kilo, con facilidad), su color naranja y su suave textura la convierten en un referente de la alta gastronomía. El propio Ferran Adrià trabaja con ella en ensaladas o mousses. Al menos una vez en la vida hay que probarla.

Más [+]



2 Boletus Pinicola, a la sombra del pino
Primo hermano del Boletus Edulis es más raro y sabroso. Perfecto en guisos, ensaladas o, por ejemplo, con una vinagreta francesa. En Europa tiene una gran aceptación en Italia, Francia y España.

Más [+]



3 Boletus Edulis, un clásico de los fogones
Aquí está el hongo (País Vasco), cep (Cataluña), porcini (Italia)... Muchos nombres para una de las reinas del bosque. Su uso en la cocina es planetario, tanto fresco, como en aceite o deshidratado.

Más [+]



4.- Perrechicos, sabor a campo
Son tan apreciadas y delicadas que se dice de ellas que "una vez que se ven ya no crecen". Verdadera joya de la primavera, su intenso sabor a harina fresca recién molida es una delicia en el paladar.

Más [+]



5.- Cantharellus Cibarius, una seta de oro
Conocida como cahrilla o rebozuelo. En Cataluña se les llama rossignol. Cuando hay suerte, y se pueden encontrar, por ejemplo, en los robledales, su color oro es una incitación a su disfrute culinario.

Más [+]



6.- Seta de cardo, las más conocida
Es una de las setas más populares y valoradas. A la parrilla tienen ese ligero sabor a carne a la brasa, pero como la mayoría de los productos del reino micológico, como destacan son crudas.

Más [+]



7.- Trompeta de los muertos, perfecta en guisos
Que no le asuste el nombre, ni su aspecto negrozco. Es de una gran finura y va perfecta para guisos de carne o caza mayor. Es una seta con grandes propiedades antioxidantes; o sea, antienvejecimiento.

Más [+]



8.- Seta de los caballeros, una armadura de sabor
Tiene un bello nombre en latín: *tricoloma* ecuestre. Pero cuidado, tiene unas reglas básicas a la hora de cocinarla (como la *Amanita rubences*, que es un bocado de dioses) para evitar intoxicaciones.

Más [+]



9.- Niscalos, una delicia asequible
El *lactarius deliciosus* hace honor a su apellido. Insustituible en mil guisos, ha pasado de ser considerada una seta de un solo "tenedor" a reivindicarse en los fogones de la alta gastronomía.

Más [+]



10.- Agáricus, la reivindicación del champiñón
Sí, llamémoslos así, por su género, en vez de sencillos champiñones. Sus múltiples variedades y su infinidad de usos la convierten en una seta 10. ¡Qué mejor puesto para nuestro "Top ten"!

Más [+]

(http://www.gualomejordelmundo.com/es/top10/vinos-gastronomia-y-puros/productos-delicatessen/6_lo-mejor-de-setas.html)

Anexo 3. Características del hongo Ostra Rey

Nombre Científico: *Pleurotus eryngii*

Nombres Populares: Hongo Ostra rey, Seta trompeta, Seta de cardo, Boletus de las estepas, Cardoncello

Características:

Fuerte en potasio, yodo y vitaminas B2 y B3

Valor energético esta expresado por 100g de peso Seco:

- Proteínas: 12 - 26.6 % (Nx4.38)
- Carbohidratos: 60 - 81.8 %
- Grasas: 1 - 2.2 %
- Fibra: 7.5 %
- Valor energético: 345 Kcal

El contenido de **grasas totales, saturadas y Trans** es casi nulo al igual que el de Colesterol, alto valor proteico con calidad similar a la proteína animal.

Sombrero: De entre 4 y 10 cm. el sombrero evoluciona de convexo a plano convexo deprimiéndose en su centro con la edad. Su color es algo variable, desde marrón oscuro hasta crema, pasando por todas tonalidades intermedias. Este color se va aclarando y difuminando con la edad.

Láminas: Son muy decurrentes, de tonos blanco-crema, algo más oscuras con el tiempo. Sus aristas son enteras y del mismo color.

Cuerpo (pie): Carnoso, de la misma consistencia que el sombrero, cilíndrico, algo ventruado, más delgado en el ápice, liso y sin anillo.

Carne: Blancuzca con un olor poco apreciable, suave, agradable, muy característico de la especie. De consistencia compacta, firme y consistente pero tierna. Sabor suave, agradable y dulce.

Composición Química y farmacológica:

Componentes Activos Conocidos:

- 3-hidroxi-3 Metil-glutonnil coenzima A reductasa
- Glicosfingolipidos acidos (AGLS)
- Pleurone
- Erylysin A y B
- Eryngase
- Ubiquinona-9
- Eryngeolysin
- Eryngin
- Eryngiolide A
- Pleureryn

Glicosfingolipidos acidos (AGLS) del metabolismo pleurotus eryngii son inducidos por la secreciones de las células T. La activación tiene por respuesta la secreción de citoquinas de las activadas por la alfa-GalCer. Además, la estimulación de estos hongos AGLS indujo proliferación de células positivas NK1.1 TCR-dobles alfa / beta en esplenocitos. La administración de una mezcla de alfa-GalCer y AGLS afectó a la estimulación de alfa-GalCer y generalmente induce un sesgo sutil Th1 de esplenocitos, pero indujo un sesgo Th2 extrema para timocitos. Estos resultados sugirieron que AGLS hongos comestibles contribuyen a la activación y equilibrio del sistema inmune.

Pleurone, Erylysin A y B, Eryngase, Ubiquinona-9, Eryngeolysin, Eryngin, Eryngiolide A, Pleureryn: distintos compuestos quimicos presentes en extracto de pleurotus eryngii y que actuan como inmunomoduladores del sistema.

Pleurotus eryngii es una especie potencialmente productora de una sustancia que baja el colesterol (LDL), los triglicéridos y las lipoproteínas de muy baja densidad. La sustancia llamada Lovastatin, es un potente inhibidor competitivo de la enzima 3-hidroxi-3 Metil-glutonnil coenzima A reductasa, principal enzima responsable en la biosíntesis del colesterol en el organismos humano.

El género *Pleurotus* posee un potencial productivo de lovastatina, mayor que cualquier otro hongo superior (Gunde-Cimerman et al., 1993). La concentración conocida fue obtenida por Gunde & Cimerman, 1995, en lamelas de carpóforos del género *Pleurotus*, con una razón de 5991 µg/g seco. La presencia del inhibidor fue determinada en cuatro especies del género *Pleurotus*: *P. ostreatus*, *P. cornucopiae*, *P. eryngii*, y *P. sapidus*.

No se han descrito productos farmacológicos con *Pleurotus eryngii*, sin embargo, se han publicado sus acciones medicinales y se utiliza en poblados que lo conocen, en homeopatía y como alimento funcional.

Efectos Adversos y/o Tóxicos:

No se han descrito efectos adversos de especies del género *Pleurotus*, sin embargo, algunos organismos muy sensibles que no están acostumbrados al consumo de estas especies, pueden llegar a tener problemas gástricos o intoxicación leves.

Contraindicaciones:

Se recomienda siempre consumir hongos cosechados en buen estado y cocinados. En el caso de ser alérgico a algún componente presente en la especie *Pleurotus eryngii*, se recomienda no ingerir el hongo.

Status Legal:

La lovastatina (Mevinolina o Monacolina K) es uno de los compuestos farmacológico mejores conocido, fue aprobada en Estados Unidos por la FDA en 1987, y se utiliza como principio activo de diferentes medicamentos recetados comúnmente para el tratamiento de la hipercolesterolemia.

El hongo *Pleurotus eryngii* no se encuentra naturalmente en Chile. Su legalidad en Chile pasa por el S.A.G. el cual tiene permitida la entrada de las cepas de este género para su investigación, cultivo y producción.

Usos Etnomedicinales:

Pleurotus eryngii posee propiedades medicinales típicas de los hongos medicinales estimulando el sistema inmune y ayudando a la salud. En Chile su principal consumo es como alimento Gourmet y no se aprecia sus beneficios medicinales como alimento funcional.

Formas Galénicas:

Pleurotus eryngii se comercializa principalmente fresco, en mercados abiertos, internet y en supermercados en Japón, Australia, Italia, España, Estados Unidos y en otros países que han comenzado a degustarlo en restaurantes gourmet,

Generalmente se comercializa en bandejas de 200 g y en algunos casos también se pueden conseguir “Eryngii” deshidratado, en conservas de salmuera, en conservas de aceite, entre otros.

Anexo 4. Frecuencia con que chilenos salen a comer a restaurantes

Actividades: *Come en un restaurant*

¿Con qué frecuencia...?

Porcentaje de encuestados que van a comer a un restaurant



	Todos o la mayoría de los días	2 a 3 veces por semana	1 vez a la semana	1 vez al mes	Con menos frecuencia	Nunca
<i>Total</i>	1%	2%	7%	23%	38%	28%
<i>Hombre</i>	1%	2%	8%	24%	36%	29%
<i>Mujer</i>	1%	1%	7%	22%	41%	28%
<i>15-24</i>	1%	2%	7%	24%	40%	26%
<i>25-34</i>	3%	2%	7%	30%	41%	17%
<i>35-44</i>	1%	2%	11%	27%	42%	16%
<i>45-54</i>	%	2%	10%	24%	37%	26%
<i>55-64</i>	%	%	5%	18%	34%	43%
<i>65-74</i>	%	%	1%	10%	34%	54%
<i>75+</i>	1%	1%	2%	11%	22%	64%
<i>ABC1</i>	1%	3%	14%	43%	32%	7%
<i>C2</i>	1%	3%	13%	31%	39%	13%
<i>C3</i>	1%	2%	7%	23%	45%	22%
<i>D</i>	1%	1%	3%	14%	34%	47%
<i>Norte</i>	1%	3%	9%	28%	38%	20%
<i>C. Norte</i>	1%	2%	7%	32%	37%	21%
<i>RM</i>	1%	1%	8%	21%	39%	30%
<i>C. Sur</i>	%	1%	5%	19%	41%	33%
<i>Sur</i>	%	2%	6%	25%	32%	34%

Base: 4135 casos. Total de encuestas

Estudio Chile 3D, estilos de vida – GfK Adimark – 2016

Anexo 5. Población RM proyectada por género y edad

Tabla 41

REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO: Población total por sexo y Años terminados en 0 y 5 estimados al 30 de junio, según grupos quinquenales de edad. **1990 – 2020**

GRUPO DE EDAD	ANOS						
	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020
TOTAL	5.190.548	5.702.576	6.171.283	6.538.896	6.883.563	7.193.719	7.460.708
0- 4	570.408	580.855	521.594	504.133	506.949	510.752	506.164
5-9	499.527	566.197	578.499	511.723	494.364	496.797	500.264
10-14	435.234	500.988	561.169	573.586	506.342	488.526	490.421
15-19	469.422	433.261	517.575	570.306	582.276	512.657	494.435
20-24	493.276	493.496	486.620	550.333	603.078	611.662	537.256
25-29	516.663	520.616	520.415	493.551	558.079	609.747	617.718
30-34	456.046	522.177	510.699	514.358	486.924	550.293	601.174
35-39	355.384	449.313	517.135	502.540	506.589	477.847	540.030
40-44	300.416	359.751	452.443	510.785	496.251	500.158	470.748
45-49	259.487	298.797	353.078	445.587	503.808	489.115	493.027
50-54	201.393	252.203	294.486	344.681	435.855	493.520	478.941
55-59	173.566	193.477	245.792	283.478	331.730	420.571	477.573
60-64	149.183	165.682	182.149	231.077	267.177	312.555	397.903
65-69	111.585	133.066	148.902	166.147	212.081	246.077	287.964
70-74	85.875	98.089	119.298	131.815	147.432	189.489	221.004
75-79	58.454	68.934	80.304	100.294	111.766	125.622	162.762
80+	54.629	65.674	81.125	104.502	132.862	158.331	183.324

Anexo 6. Que comen los chilenos que salen a comer a restaurantes

Actividades: *Come en un restaurant*

¿A qué tipo de restaurantes va?

Porcentaje de encuestados que dice cada alternativa



	Comida chilena	Comida China	Parrilladas	Sushi Comida Japonesa	Comida Peruana Nikai	Buffet o tenedor libre	Comida Italiana	Comida Norteamericana	Vegetariano	Comida Tailandesa Vietnamita	Comida Árabe	Comida Francesa	Otros
Total	39%	36%	23%	18%	9%	7%	6%	4%	3%	2%	2%	1%	17%
Hombre	42%	36%	24%	17%	8%	8%	7%	5%	2%	2%	2%	1%	18%
Mujer	36%	37%	22%	19%	10%	7%	6%	4%	3%	1%	1%	1%	16%
15-24	37%	32%	17%	25%	4%	5%	6%	6%	3%	1%	1%	%	16%
25-34	35%	43%	18%	26%	8%	9%	5%	9%	5%	3%	2%	1%	14%
35-44	38%	39%	28%	18%	13%	10%	9%	2%	2%	1%	2%	1%	17%
45-54	42%	44%	25%	11%	11%	7%	6%	3%	2%	2%	1%	1%	16%
55-64	43%	28%	26%	7%	11%	5%	4%	1%	2%	2%	2%	1%	24%
65-74	48%	21%	27%	5%	6%	6%	6%	%	%	2%	3%	1%	25%
75+	52%	16%	27%	5%	10%	4%	2%	3%	4%	%	%	%	19%
ABC1	41%	44%	23%	34%	20%	13%	15%	4%	5%	4%	7%	2%	8%
C2	39%	42%	24%	21%	15%	9%	9%	4%	1%	1%	1%	%	15%
C3	38%	39%	25%	16%	5%	8%	5%	2%	2%	1%	1%	%	15%
D	40%	25%	18%	10%	3%	3%	2%	7%	4%	2%	%	1%	25%
Norte	47%	44%	18%	10%	8%	8%	3%	3%	2%	%	%	%	16%
C. Norte	51%	27%	22%	14%	5%	8%	3%	2%	1%	1%	2%	1%	16%
RM	36%	44%	22%	23%	12%	6%	8%	6%	4%	3%	2%	1%	13%
C. Sur	32%	25%	28%	10%	5%	10%	4%	%	2%	%	1%	%	28%
Sur	40%	13%	22%	16%	3%	10%	11%	3%	1%	%	%	%	30%

Base: 2959 casos, encuestados que comen en un restaurant.

Estudio Chile 3D, estilos de vida - GfK Adimark - 2016

Anexo 7. Intereses personales población chilena por GSE

Intereses personales

¿Con cuáles temas tiene usted algún interés personal?

Porcentaje que declara tener interés en el tema respectivo



Según GSE	Total	ABC1	C2	C3	D
Música	78%	83%	80%	78%	76%
Cocinar, comida	59%	62%	66%	62%	53%
Mejoramientos del hogar o decoración	56%	65%	66%	57%	48%
Bienestar, vida sana, ejercicio físico	60%	78%	72%	55%	52%
Fútbol	49%	45%	47%	51%	49%
Religión	29%	25%	27%	30%	31%
Películas, cine	65%	76%	81%	67%	53%
Como somos los chilenos	55%	65%	57%	54%	52%
Artes y cultura (teatro, danza, pintura, exposiciones)	41%	60%	49%	42%	31%
Deportes en general (todo tipo de deportes)	51%	54%	58%	53%	44%
Tecnología	55%	75%	71%	55%	41%
Cuidado personal, moda, belleza	57%	67%	60%	58%	51%
Ciencias- Innovación	40%	58%	54%	40%	28%
Exploración, aventura	41%	52%	53%	43%	31%
Conciertos o eventos en vivo	38%	56%	53%	36%	28%
Política, gobierno	27%	42%	30%	23%	24%
Autos, vehículos motorizados	40%	51%	50%	41%	31%
Farándula/Espectáculos (opinología, vida social, artistas, famosos, etc.)	24%	29%	26%	23%	22%

Base: 4135 casos. Total de encuestas
Estudio Chile 3D, estilos de vida – GfK Adimark – 2016

Anexo 8. Que entiende la población chilena por alimentación saludable

Vida saludable: Alimentación

¿Cuáles oraciones representan una alimentación saludable?

Porcentaje de encuestados que mencionan cada alternativa



	Comer frutas, verduras, pescados, legumbres	Tener horarios establecidos para las comidas	Comer de todo en porciones pequeñas	Consumir lácteos, yogurt, queso, leche, etc	Comer sólo ensaladas	Poner restricciones en mi vida	Dieta continua
Total	69%	54%	34%	29%	17%	10%	9%
Hombre	67%	50%	31%	31%	18%	11%	9%
Mujer	70%	57%	37%	27%	17%	8%	8%
15-24	70%	54%	33%	25%	21%	10%	11%
25-34	64%	49%	31%	31%	15%	14%	8%
35-44	72%	57%	32%	33%	18%	9%	7%
45-54	70%	50%	36%	30%	16%	8%	9%
55-64	76%	59%	38%	31%	16%	9%	11%
65-74	62%	56%	38%	25%	14%	9%	7%
75+	61%	54%	32%	32%	20%	4%	3%
ABC1	70%	62%	34%	26%	14%	8%	11%
C2	79%	62%	31%	31%	15%	12%	9%
C3	65%	49%	31%	27%	21%	9%	11%
D	65%	50%	37%	31%	17%	10%	6%
Norte	72%	46%	39%	35%	22%	8%	6%
C. Norte	72%	59%	28%	33%	13%	9%	8%
RM	65%	50%	33%	26%	19%	11%	10%
C. Sur	71%	60%	39%	29%	15%	9%	7%
Sur	77%	64%	36%	38%	10%	6%	7%

Base: 2069 casos. encuestados forma A.
Estudio Chile 3D, estilos de vida – GfK Adimark – 2016

Anexo 9. Detalle productores de hongos en Chile

- **Setas del Huerto.**

Dirección Chile, Región Metropolitana de Santiago,
Paine, Fundo abrantas hijuela 1 lote b S/N.



Sobre la Empresa:

Por muchos años Funghi Chile ha estado en la vanguardia de los procesos productivos y en el desarrollo de nuevas variedades cultivables de champiñones y setas frescas. Junto con esto comercializamos estas delicias con un continuo abastecimiento de la más alta calidad en nuestros productos y servicios. Cada semana distribuimos varias toneladas de champiñones y setas frescas a nuestros clientes nacionales e internacionales. Sabemos que la inversión en tecnología, el buen servicios y la flexibilidad son las condiciones para un larga y exitosa relación con nuestros clientes.

- **Inversiones Bosques del Mauco S.A.**

Dirección Chile, Región de Valparaíso,
Quintero, Parcela, 40, Fundo Las Gaviotas, Camino Concón.



Sobre la Empresa:

Somos una empresa dedicada a la fungicultura, cría racional de los hongos comestibles, bajo condiciones controladas, es decir, cultivamos y producimos champiñones tanto elaborados como frescos. Nuestro principal cultivo es la variedad de champiñones agaricus (bisporus), que son champiñones de una especie particular de hongos del tipo sombrero, conocidos también como Champiñones de París. Contamos con alta experiencia, tanto en el mercado interno como externo. En un comienzo nuestro principal propósito fue la exportación exclusiva de champiñones para cadenas de pizzerías norteamericanas. Hoy el 70% de nuestra producción va dirigido a satisfacer la demanda del mercado nacional y el 30% restante es seleccionado, procesado y enlatado para diversos clientes del mercado externo.

- **Champiñones Abrantes, S.L**

Dirección Chile, Región Metropolitana de Santiago,
Paine, Fundo Peralillo s/n Casilla 196



Sobre la Empresa:

Champiñones Abrantes es una empresa familiar creada y administrada por sus dueños desde 1983. Nuestro cultivo está ubicado en una de las zonas más pintorescas y tradicionales de Chile, en la comuna de Paine en las cercanías de la laguna de Aculeo. Somos especialistas en el cultivo de champiñones Blancos y Portobello para el mercado en fresco. Nuestros productos se producen con tecnología de punta, totalmente computarizada con las mayores condiciones higiénicas y ecológicas reciclando el 100 de nuestros desechos. Nuestra organización está compuesta por más de 200 personas todas ellas especialistas en el cultivo de hongos con gran experiencia, capacitadas en el extranjero.

- **Protier Ltda.**

Dirección Chile, Región Metropolitana de Santiago,
Conchalí.



Sobre la Empresa:

Comercialización, venta de champiñones, champiñón Paris, champiñón blanco, champiñón portobello, champiñón ostra. Champiñón shitake.

- **Del Huerto a su Casa**

Dirección Chile, Región Metropolitana de Santiago,
Santiago, Warren Smith 70



Sobre la Empresa:

Del Huerto a su Casa pone a disposición de sus clientes fruta y verdura fresca de primera calidad a un precio razonable con un servicio propio y excelente. Colabora directamente con pequeños y medianos agricultores locales para realizar una entrega directa entre agricultor y su hogar, minimizando así los tiempos de distribución y entregando un producto increíblemente fresco. Nuestra manera de trabajar es novedosa, entregamos un producto de alta calidad que ayude al agricultor local y reduzca el tiempo que la fruta y verdura este fuera de la tierra. Utilizamos embalaje ecológico y reciclable. Poniendo en tu casa la fruta y verdura más fresca y sabrosa que jamás hayas probado.

- **Agrodiproc, S.L**

Chile, Región Metropolitana de Santiago,

Huechuraba, camino el guacano 6464 , Galpón G



Sobre la Empresa:

Puedes vernos en el reportaje que CNN Chile realizo sobre Diferencias de precios en las verduras y las alternativas más convenientes, en el cual nos reconocieron como la mejor alternativa en la zona oriente. Frutas y verduras ya comienzan a ser los preferidos en esta temporada y dónde encontrar un buen precio y variedad es fundamental para quienes quieren disfrutar de estos productos. Es por eso que las ferias libres aparecen como una opción atractiva para quienes buscan ahorrar. Incluso para aquellos que han dejado las monedas por el dinero plástico.

Dicen tener la mejor variedad y precio y eso ya es reconocido en la capital, por eso, no es extraño ver recorriendo los puestos de la Vega Central, a quienes llegan habitualmente desde las comunas del sector oriente.

Pero, para poder adquirir frutas y verduras a precios convenientes, también existe un lugar en la Comuna de las Condes, donde han entendido lo que buscan sus vecinos.

Las frutas y verduras comienzan un aumento en su demanda durante esta época del año. Para lograr la mejor combinación precio calidad las opciones son diversas, solo es necesario salir y probar.

- **Santa Marta S.A.**

Dirección Chile, Región del Maule,

Parral, Casilla 84



Sobre la Empresa:

Venta de setas champiñón ostra shiitake deshidratado champiñón ostra deshidratados boletus, luteus, morchella.

Productores de menor volumen:

- **Empresa «Figueroa Olate Lucia del Pilar»**

Hongos Lactarius, Boletus

Chile, Lautaro

- **Empresa «Abastecedora del Comercio, S.L.»**

Champiñones

Chile, Punta Arenas

- **Empresa «Intelligentfoods, Empresa»**

Champiñones deshidratados

Chile, Santiago

- **Empresa «Agrotempo, Empresa»**

Champiñones

Chile, Santiago

- **Empresa «Costdela, Empresa»**

Chile, Concepción

Champiñones

- **Empresa «Vicpal E.I.R.L.»**

Hogos Morchella

Chile,

- **Empresa «Organic Food, Empresa»**

Hongo Morchella

Chile, Curicó

- **Empresa «Agroindustrias San Francisco, Empresa»**

Hongo Boletus

Chile, Chillán

- **Empresa «Empresas Chile Sur»**

Conserva de Hogos

Chile, Concepción

- **Empresa «Sudamérica Trading, S.A.»**

Hongos Secos

Chile, Santiago

- **Empresa «Exportadora ACL Ltda. »**

Hongos congelados

Chile, Santiago.

Anexo 10. Crecimiento industria de restaurantes entre el 2010 y 2015

Año Comercial	Region	Rubro	Actividad	Número de Empresas	Ventas (miles de UF)	Ventas (miles de \$)
2010	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	CASINOS Y CLUBES SOCIALES	153	539,24	14.207.937
2011	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	CASINOS Y CLUBES SOCIALES	148	358,86	9.455.172
2012	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	CASINOS Y CLUBES SOCIALES	160	478,10	12.596.970
2013	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	CASINOS Y CLUBES SOCIALES	164	549,32	14.473.572
2014	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	CASINOS Y CLUBES SOCIALES	168	566,69	14.931.081
2015	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	CASINOS Y CLUBES SOCIALES	182	625,73	16.486.701
% CRECIMIENTO						
2010	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	BARES, FUENTES DE SODA, PIZZERIAS Y SIMILARES	2.606	7.088,14	186.758.113
2011	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	BARES, FUENTES DE SODA, PIZZERIAS Y SIMILARES	2.924	5.568,21	146.711.216
2012	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	BARES, FUENTES DE SODA, PIZZERIAS Y SIMILARES	3.147	5.071,04	133.611.620
2013	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	BARES, FUENTES DE SODA, PIZZERIAS Y SIMILARES	3.449	6.186,87	163.011.497
2014	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	BARES, FUENTES DE SODA, PIZZERIAS Y SIMILARES	3.910	6.813,76	179.528.692
2015	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	BARES, FUENTES DE SODA, PIZZERIAS Y SIMILARES	4.232	7.925,67	208.825.411
% CRECIMIENTO						
2010	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	RESTAURANTES	4.903	33.217,15	875.204.723
2011	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	RESTAURANTES	4.957	39.381,34	1.037.618.653
2012	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	RESTAURANTES	4.988	41.252,37	1.086.916.609
2013	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	RESTAURANTES	4.994	45.494,76	1.198.694.940
2014	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	RESTAURANTES	5.126	40.285,71	1.061.447.087
2015	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	RESTAURANTES	4.905	43.700,19	1.151.411.750
% CRECIMIENTO						
2010	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	1.307	3.586,85	94.506.187
2011	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	1.496	3.945,16	103.946.994
2012	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	1.796	5.778,05	152.240.009
2013	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	2.010	6.692,01	176.320.844
2014	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	2.254	7.293,65	192.173.009
2015	XIII METROPOLITANA DE SANTIAGO	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS	SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	2.369	7.449,71	196.284.785
% CRECIMIENTO						
						108%

Anexo 11.- Resumen resultados obtenidos en entrevistas en profundidad con chef de restoranes ABC1 C2 de la Región Metropolitana

Restaurant	Cocina	Kgs. Semana	Tipo de Hongos	Disp. A Probar	Restaurant	Cocina	Kgs. Semana	Tipo de Hongo	Disp. A Probar
Coquinaria	Fusión	40	Champiñón Paris, Portobello, Shitake y Ostra	Si	Restaurant Estadio Español	Española	No Especifica	Champiñón Paris	Si
De la Ostia	Española	No Especifica	Champiñón Paris, Ostra	Si	La Ruca	Española	20	Boletus, Champiñón Paris,	Si, inmediatamente
Tambo	Peruana	10	Champiñón Paris	Si	Piola	Italiana	60	Champion Paris y Shitake	Si
Tiramisú	Italiana	50	Champiñón	Si	100 Montaditos	Española	No usa	No Usa	Si
República independiente del Pisco	Chileno / Peruana	20	Champiñón Paris	Si	Mulato	Chilena	15	Ostra y Champiñón Paris	Si
Panko	Japonés	10	Shitake	Si	Le Due Torri	Italiana	No Especifica	Champiñón Paris, Porcini Italiano y Portobello	No
PF Chang	China	30	Champiñón Paris y Shitake	No					

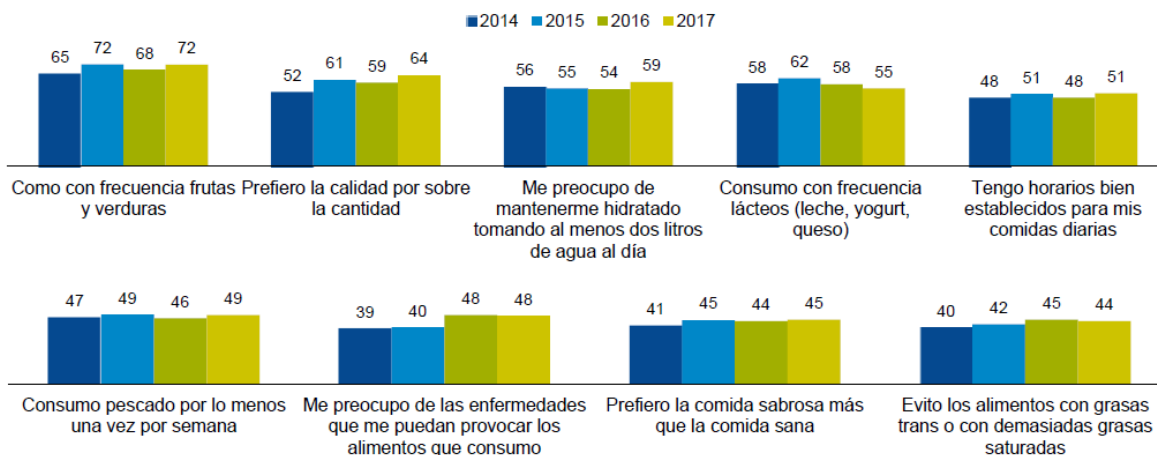
*10 de 12 restaurantes se mostraron dispuestos a probar el hongo Ostra Rey y 1 dijo inmediatamente que lo compraría ya que lo conocía previamente (Ruca), lo que representa que el 75% de la muestra lo probaría y el 8.3% lo compraría, con un consumo semanal promedio de 28.13 kilos semanales tomando la muestra de aquellos que si probarían.-

Anexo 12. Cambio hábitos alimenticios chilenos entre 2014 y 2017

Hábitos y costumbres: Alimentación

¿Qué tan de acuerdo está respecto a las siguientes frases?

Porcentaje de encuestados que están de acuerdo (notas 4 y 5)



Base: 4800 casos. Total encuestas. Estudio Chile 3D, estilos de vida – GfK Adimark – 2017

153

Anexo 13. Que entienden los chilenos por comida saludable

Hábitos y costumbres: Salud

¿Qué tan de acuerdo está respecto a las siguientes frases?



	Como con frecuencia frutas y verduras	Prefiero la calidad por sobre la cantidad	Me preocupo de mantenerme hidratado tomando al menos dos litros de agua al día	Consumo con frecuencia lácteos (leche, yogurt, queso)	Tengo horarios bien establecidos para mis comidas diarias	Consumo pescado por lo menos una vez por semana
Total	72%	64%	59%	55%	51%	49%
Hombre	69%	60%	57%	51%	49%	46%
Mujer	75%	68%	62%	60%	53%	51%
15-24	64%	60%	59%	57%	34%	38%
25-34	66%	58%	58%	52%	46%	42%
35-44	74%	66%	60%	56%	48%	49%
45-54	76%	68%	60%	61%	58%	52%
55-64	76%	72%	64%	52%	66%	59%
65-74	79%	71%	56%	46%	65%	59%
75+	72%	48%	50%	61%	59%	53%
ABC1	77%	68%	68%	61%	59%	64%
C2	76%	71%	67%	56%	51%	48%
C3	68%	66%	56%	55%	51%	49%
D	71%	58%	56%	53%	50%	45%
Norte	60%	53%	49%	53%	38%	41%
C. Norte	66%	58%	54%	44%	44%	50%
RM	75%	69%	65%	59%	56%	51%
C. Sur	69%	60%	53%	53%	48%	45%
Sur	77%	63%	55%	55%	55%	49%
Chileno	72%	64%	59%	55%	51%	48%
Inmigrante	76%	68%	66%	60%	52%	53%

Base: 4800 casos. Total encuestas. Estudio Chile 3D, estilos de vida – GfK Adimark – 2017

155

Anexo 14. Tabla de crecimientos agentes de venta, reuniones y cierre de nuevos clientes.

Años										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
N° Agentes de Vta.	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1
Visitas Estimadas Clientes										
Mensuales	30	60	60	60	60	30	30	30	30	30
Anuales	360	720	720	720	720	360	360	360	360	360
Sumatoria Visitas	360	1.080	1.800	2.520	3.240	3.600	3.960	4.320	4.680	5.040
Cierre Nuevos Clientes por Agente de Venta*										
Tasa Éxito	30%	23%	10%				2%			
Mensual	10,9	13,7	6,0	6,0	6,0	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Anuales	109	164	72	72	72	7	7	7	7	7
Sumatoria Clientes ADV	109	273	345	417	489	496	503	511	518	525
Nuevos Clientes Otros Medios										
Tasa Éxito plan de marketing	10%									
Mensual	0,9	1,4	0,6	0,6	0,6	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Anuales	10,9	16,4	7,2	7,2	7,2	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Sumatoria Clientes OM	11	27	35	42	49	50	50	51	52	53
Total Nuevos Clientes										
Mensual	10,0	15,0	6,6	6,6	6,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Anuales	119,9	180,4	79,2	79,2	79,2	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9
Sumatoria Clientes Totales	120	300	380	459	538	546	554	562	570	578

*Supone que dentro de los 2 primeros años de funcionamiento se logran contactar a los 273 restaurantes que según el estudio de mercado, si estarían dispuestos a comprar el hongo (8.33% de la muestra).

Anexo 15. Producción estimada al mes de un container de 20 pies.

	Full Capacidad en Frascos	Full Capacidad en Grs.	Full Capacidad en Kls.	Grs de Hongo Producido	Kls Hongo Producido
Container 20 Pies	5.430	2.443.500	2.444	1.629.000	1.629

Anexo 16. Proporción de mezcla necesaria para la producción del hongo Ostra Rey por medio de frascos en un container de 20 pies.

	Proporción Mezcla	Composición en grs. por Frasco (300grs. Hongo)	Composición Full Capacidad en Grs. Container 20 pies	Composición Full Capacidad en Kls. Container 20 pies
Salvado	18%	80	436.339	436
Aserrín	50%	225	1.221.750	1.222
Yeso	4%	16	87.268	87
Agua Mezcla	29%	129	698.143	698
Total	100%	450	2.443.500	2.444

Anexo 17. Cantidad de materias primas y los costos necesarios para la producción a full capacidad de un container de 20 pies.

Cantidad materias primas y costos necesarios para producción full capacidad container de 20 pies						
	Unidad	Costo Neto por 1 unidad	Unidades Necesarias	Costo full Capacidad	Unidades x Klg. Hongo Producido	Costo x Klg. Hongo Producido
Salvado	Klg	1.597	436	696.676	0,27	428 ¹⁸
Aserrin	Klg	112,04	1.222	136.891	0,75	84 ¹⁹
Yeso	Klg	284	87	24.787	0,05	15 ²⁰
Agua Mezcla	Lt.	1,17	698	817	0,43	1
Luz A/C ²¹	Watts	73,51	5.300 ²²	389.628	3,25	239
Agua Ambiente ²³	Lt.	1,17	3.600	4.212	2,21	3
Caja Empaque 1KI ²⁴						450 ²⁵
Total				1.253.011		1.219

¹⁸ <http://articulo.mercadolibre.cl/MLC-445587444-salvado-de-trigo-grueso-1kg- JM>

¹⁹ <http://articulo.mercadolibre.cl/MLC-435413162-aserrin-y-viruta-de-pino-natural- JM>

²⁰ <http://www.sodimac.cl/sodimac-cl/product/857157/5-kg-Yeso-bolsa/857157>

²¹ Luz A/C se supone un funcionamiento de 24/7, se utilizó el simulador ofrecido en www.eneldistribucion.cl/simulador-consumo para calcular el costo por watt/hora utilizado

²² Consumo calculado en base al detalle ofrecido en <http://www.anwo.cl/aire-acondicionado/eea-fc-48000-btu-ducto/ficha.html?p=1656&c=1279&u=5>

²³ Agua Ambiente supone un consumo de 30 segundos cada 10 minutos, aspersores consumen 10lt. Por minuto, son 4 aspersores.

²⁴ Se utiliza la caja de un kilo ya que el costo es el mayor, la caja para 17kls de hongo cuesta aprox. \$1.100

²⁵ <http://cartoneco.cl/?product=cajas-de-55-x-30-x-35-cm>

Anexo 18. Cronograma y visual de marketing para el primer año de funcionamiento de la empresa.

Año 1															Días	Unidad de compra	Impresiones	Clics	Costo Unit	Valor Total
Soporte	Sección	Formato	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12						
GOOGLE.CL	Google	Google Search													365	CPC	13.333.333	66.667	\$ 150	\$ 10.000.000
COOKPAD.COM	Home + Interiores	Varios banner													365	CPC	3.636.364	5.455	\$ 550	\$ 3.000.000
ZOMATO.COM	Home + Interiores	Varios banner													365	CPC	6.250.000	12.500	\$ 400	\$ 5.000.000
Directopaladar Sites	Home + Interiores	Varios banner													365	CPC	3.636.364	5.455	\$ 550	\$ 3.000.000
SABROSIA.COM	Home + Interiores	Varios banner													365	CPC	5.555.556	5.556	\$ 450	\$ 2.500.000
GOURMET.CL	Home + Interiores	Varios banner													365	CPC	8.000.000	12.000	\$ 500	\$ 6.000.000
Allrecipes	Home + Interiores	ITT													365	CPC	3.333.333	6.667	\$ 600	\$ 4.000.000
Hola Cocina	Home + Interiores	Varios Banner													365	CPC	6.666.667	10.000	\$ 500	\$ 5.000.000
															Total		50.411.616	124.298		38.500.000

Anexo 19. Detalle gastos y comisión para el primer año de funcionamiento de la empresa.

Gasto total Campaña	
TOTAL Inversión en medios	\$ 38.500.000
Comisión UM Digital (4%)	\$ 1.540.000
Producción de Banner	\$ 2.280.000
TOTAL Campaña	42.320.000

Valores no Consideran IVA

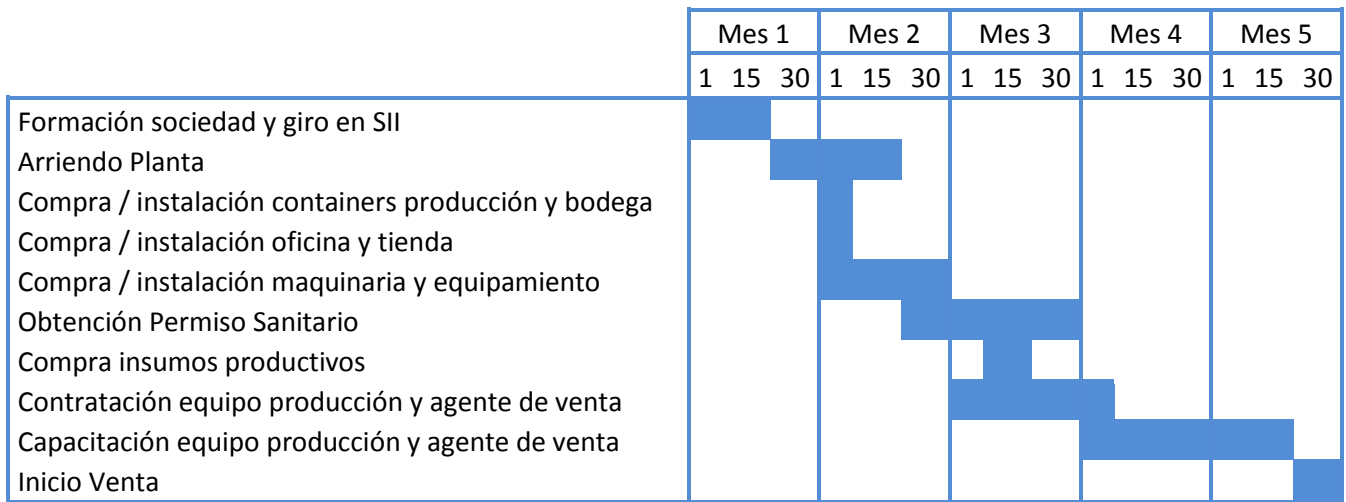
Anexo 20. Tabla de producción diaria en frascos para un container de 20 pies.

Día	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45													
Lote 1	181																																																									
Lote 2		181																																																								
Lote 3			181																																																							
Lote 4				181																																																						
Lote 5					181																																																					
Lote 6						181																																																				
Lote 7							181																																																			
Lote 8								181																																																		
Lote 9									181																																																	
Lote 10										181																																																
Lote 11											181																																															
Lote 12												181																																														
Lote 13													181																																													
Lote 14														181																																												
Lote 15															181																																											
Lote 16																181																																										
Lote 17																	181																																									
Lote 18																		181																																								
Lote 19																			181																																							
Lote 20																				181																																						
Lote 21																					181																																					
Lote 22																						181																																				
Lote 23																							181																																			
Lote 24																								181																																		
Lote 25																									181																																	
Lote 26																										181																																
Lote 27																											181																															
Lote 28																												181																														
Lote 29																													181																													
Lote 30																														181																												
Total	181	362	543	724	905	1086	1267	1448	1629	1810	1991	2172	2353	2534	2715	2896	3077	3258	3439	3620	3801	3982	4163	4344	4525	4706	4887	5068	5249	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430	5430					

Producción de hongo cosechado equivalente a 181 frascos desde el día 15 al da 29, del día 30 de producción en adelante se obtienen diariamente 362 frascos, lo que se traduce en 54 kilos diarios de hongo Ostra Rey.

	Día	Mes
Grs	54.300	1.629.000
Kls	54,3	1.629

Anexo 21. Carta Gantt con plazos necesarios para la implementación, desarrollo y primera cosecha de Natural Fungí



Anexo 22. Cotización constitución sociedad



Mat: Propuesta de Servicios

Señor
Claudio Salazar Miño
Natural Fungi SpA

Presente

De nuestra consideración:

A través de la presente les hacemos llegar nuestra propuesta de Servicio Integral para realizar la "Constitución de su sociedad Natural Fungi SpA y su inscripción en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces".

SERVICIOS OFRECIDOS:

- Redacción de escritura pública de Constitución de Sociedad SpA.
- Envío de escritura definitiva y coordinación de firma en Notaría.
- Ingreso de Escritura de Constitución de su sociedad SpA, para inscripción en Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces.
- En el caso de observaciones y reparos, se redactan y tramitan escrituras rectificatorias o complementarias.
- Ingreso de extracto Escritura Pública para publicación en Diario oficial Electrónico.
- Entrega de carpeta legal completa.

CONDICIONES Y NECESIDADES DEL SERVICIO:

- Solicitud de formulario con datos necesarios para la redacción de la escritura (socios, nombre de la Sociedad, capital de la sociedad, administración y uso de la razón social).

PRECIO DEL SERVICIO:

- \$180.000.- Por todos los servicios ofrecidos en esta propuesta.
- El Valor no incluye los gastos asociados a Notaría, inscripciones al Registro de Comercio y Diario Oficial.

BENEFICIOS DEL SERVICIO:

- El servicio se realiza dentro de un plazo de 10 días hábiles.
- Al término de la tramitación se entrega una carpeta material y digital con la Constitución de la Sociedad, inscripción, extracto y publicación, para registro de cada cliente.

Saluda atentamente a Usted,

Heredia Abogados & Cia. Ltda.

Anexo 23. Bodega arriendo planta productiva, comuna de Quinta Normal

Bodega 1200mt2 Regularizada Salvador Gutierrez/Radal UF 75

\$ 1.995.831

Salvador Gutierrez/Radal Quinta Normal, Metropolitana de Santiago



Descripción:

Extraordinaria Bodega Techada, vcerrada, segura, con todos sus papeles legales al día, Recepcion Final , Luz Trifásica, oficinas, baños, llegar y trabajar, Llamar Edgardo Kramm, Corredor, 9 8457 3341 Foto es solo Referencial

Características:

Tipo:	Bodega/Galpon
Operación:	Arriendo
m ² construidos:	1200
m ² terreno:	1200
Región:	Metropolitana de Santiago
Comuna:	Quinta Normal
Fecha Publicación:	2017-07-30 18:12:10

Anexo 24. Cotización container utilizados

CONTAINERCORP
VENTA DE CONTAINERS

Cotización N°19755TEL
Santiago, 31 de Julio de 2017

Señores
CLAUDIO SALAZAR

Teléfonos : 996401607

E-mail : Claudio.salazar@ointeero.com

Item	Descripcion	Cantidad	Precio	Octo	Total
1	Container Maritimo Bodega 20 pies (bruto) Con piso terciado de 32 mm rack metalico por ambos lados 5000x2000x500mm	2	\$ 1.850.000	0%	\$ 3.700.000
2	Container Maritimo Bodega 40 pies (bruto) Con piso terciado de 32 mm	2	\$ 1.390.000	0%	\$ 2.780.000
3	Modulo Oficina 6 x 2,5 mts en 0,6 mm Con piso flotante, 2 ventanas de 1000x1000 mm, 1 puerta de 800 x 2000 mm, 2 luminarias de 2 x 40 watt, 1 Interruptor simple, 2 enchufes dobles, Instalacion electrica segun norma chilena.	1	\$ 1.990.000	10%	\$ 1.790.000
4	Modulo Oficina 12 x 2,5 mts en 0,6 mm Con piso flotante, 4 ventanas de 1000x1000 mm, 1 puerta de 800 x 2000 mm, 4 luminarias de 2 x 40 watt, 1 Interruptor simple, 4 enchufes dobles, Instalacion electrica segun norma chilena.	1	\$ 3.850.000	5%	\$ 3.657.500
5	Modulo Baño completo 6 x 2,5 mts 0,6 mm Con piso vinilico, 2 ventanas de 900x510mm, puerta de 800x2000mm, Instalacion electrica 2 luminarias, 2 enchufes dobles, 1 interruptor, revestimiento y aislacion, 3 wc, 3 lavamanos, 4 duchas	1	\$ 2.950.000	5%	\$ 2.802.500
6	Modulo Comedor 12 x 2,5 mts en 0,6 mm Con piso vinilico, 4 ventanas de 1000x1000 mm, 1 puerta de 800 x 2000 mm, 4 luminarias de 2 x 40 watt, 1 interruptor simple, 4 enchufes dobles, Instalacion electrica segun norma chilena. lavapiatos con mueble	1	\$ 3.980.000	5%	\$ 3.781.000

VALORES NETOS (NO CONSIDERAN 19% I.V.A.)

Panamericana Sur- Caletera Pde. Jorge Alessandri Rodriguez N° 12.489 -San Bernardo - Stgo. Fono (2) 481 0566

Web: www.containercorp.cl - E-Mail: info@containercorp.cl

Anexo 25. Cotización maquina aire acondicionado utilizado en producción.



STGO. 26 Julio de 2017
V.SP.201707077

Señor
Claudio Salazar
PRESENTE

Ref. Presupuesto por suministro de
Equipos de aire Acondicionado.



Muy señores nuestros:

Según lo conversado, se presupuesta lo siguiente:

Equipo Aire Acondicionado, Filtrotator * Control Remoto Inalámbrico y emigrable. * Reinicio Automático. * Función dormir programable. * Flujo de aire inteligente * ALTA EFICIENCIA EER CLASE A. Bajo consumo eléctrico.

- Incluye: • Kit de tubería 4 mts. • Cables de conexión.



Foto referencial

Valor Equipo ANWO, modelo GES24ECO 24000btu/hr: \$ 385.000.- c/u

Valor Equipo OSEAM, modelo CES24 ECO 24000btu/hr: \$ 355.000.- c/u



Valor Equipo Datsun Modelo ASD 18U-DN Inverter A++24000btu/hr: \$ 612.000.-

Valor Instalación \$ 120.000.-c/u

ADICIONALES Insumos y accesorios de montaje (solo si son necesarios)

1	Metro adicional de Kit de tubería de refrigeración.	9.500	9.500
1	Bomba de condensado	65.000	65.000
1	Soporte unidad exterior	25.000	25.000
1	mts cablea tipo legrand	8.500	8.500

VALORES NETOS MAS IVA

Condiciones de Pago:

- 1.- Contado
- 2.- Transferencia Bancaria
- 3.- 50% contado saldo documentado 30 días

Garantía

Los Equipos cotizados tienen una garantía de un año partes móviles y dos años compresor.

EXCLUSIONES:

(De cargo del Cliente)

Arranques eléctricos protegidos al costado de cada equipo, de acuerdo al consumo eléctrico de estos, todo tipo de obras civiles, etc.

Quedando a sus gratas ordenes y esperando obtener una buena acogida, se despide atentamente de ustedes:

LUIS ALCAIDE GONZÁLEZ

www.alcaire.cl +569 922 29586

Anexo 26. Cotización y especificaciones maquina Autoclave



MELDIC LTDA.
RUT: 79.732.700-K
Los Avellanos 2375, Nuñoa
Fono: 56 2 239 8283 Fax: 56 2 239 2520
E-mail: meldic@meldic.cl
Sitio web: www.meldic.cl
Santiago - Chile

COTIZACIÓN N° M-2140-17

Santiago, 25 de Julio de 2017

SEÑORES
INTEGRO CHILE S.A.
FONO: 996401607
SANTIAGO

ATT. SR. CLAUDIO SALAZAR / E-mail: claudio.salazar@golntegro.com

Estimados Señores,

De acuerdo a lo solicitado tenemos el agrado de cotizar:

1. Autoclave de Esterilización para Laboratorio, con control digital, marca JIBIMED, modelo LS-B50L con las siguientes características.

CARACTERISTICAS:

- Tipo: Vertical
- Unidad de generación de Vapor: Incorporada
- Capacidad: 50 litros
- Potencia: 3 KW
- Alimentación Unidad de Potencia: 220 VAC / 50Hz
- Temperatura de trabajo: Programable entre 105 y 126°C
- Resolución: 0,1°C
- Temporizador: 0 y 99 minutos
- Dimensiones: 510 x 470 x 1130 mm
- Peso: 68 kg

LA PROVISIÓN DEL EQUIPO INCLUYE:

- Unidad LS-B50L-I
- 1 canasta de acero inoxidable
- Manual de operaciones

PRECIO NETO \$ 2.152.950 + IVA



Anexo 27. Maquina “cabina o campana de flujo laminar”

De: Luis Abugoch [mailto:luis.abugoch@mundolab.cl]

Enviado el: viernes, 28 de julio de 2017 10:19

Para: 'Claudio Salazar'

CC: Luis Omar Guajardo, Mundolab S.A.

Asunto: RE: Cotización Campana de flujo laminar

Estimado Claudio,

Junto con saludarlo le envío información y precio sobre la campana de flujo laminar de su interés.

Campana de flujo laminar Haier

Modelo HCB-1300V

Incluye

- Soporte, luz UV, luz de trabajo
- Flete dentro de Santiago
- Validación en sus dependencias realizada por LBC

\$ 2, 150,000 más IVA

Estaremos enviándole una cotización formal

Condiciones comerciales:

Los precios no incluyen IVA

Validez 10 días

Entrega inmediata salvo venta previa

Forma de pago, la acordada con su empresa, empresas nuevas a convenir.

Disponemos de repuestos para entrega inmediata, servicio técnico, ofrecemos programas de mantenimiento preventiva con convenio, o correctiva según solicitud del cliente.

Saludos cordiales
Luis Abugoch James

Interlocking function highlighting excellent quality

Ergonomic design to simplify work

- The table top is 800mm above the ground which is applicable to both standing and sitting operations, to avoid the occurrence of fatigue



Combined under-frame structure

- Adopting combined under-frame structure with universal truckles for facilitating the movement and transportation
- Adjustable base angles



Specification

Model	HCB-1300V
Voltage/Frency	220V/50Hz
External Dimensions(W*D*H)	1430*750*1670 (mm) / 56.3*29.5*65.7(in)
Internal Dimensions(W*D*H)	1300*690*520 (mm) / 51.2*27.2*20.5(in)
Flow Type	Vertical
Cleanliness Classification	ISO14644.1 Class 5
Average Velocity	0.3-0.5m/s
Fluorescent Lamp Intensity	≥300 Lux
Noise	≤300dB
Vibration Amplitude	≤2um
Power	115W

Anexo 29. Filtros 0.3 micrones



100 discos de filtro Sintético cultivo de hongos creciente 90mm ajuste frascos de boca ancha - mostrar título original



Vendedor: **tons_of_fungi** (2161) ★ 99.7% Comentarios positivos [Seguir a este vendedor](#) | [Ver otros artículos](#)

Estado del artículo: **Nuevo**

Cantidad:

Más de 10 disponibles / 6 vendido(s)

Precio: **US \$119.95**

Envío: Es posible que no se hagan envíos a Argentina - Para conocer las opciones de envío, lee la descripción del artículo o contacta al vendedor. | [Ver detalles](#)
Ubicación del artículo: Cincinnati, Ohio, Estados Unidos
Realiza envíos a: Estados Unidos y muchos otros países | [Ver detalles](#)

Entrega: Varía

Pagos:
Procesado por PayPal

Devoluciones: 14 días, devolución de dinero, el comprador paga por la devolución del artículo | [Ver detalles](#)

Garantía: **DEVOLUCIÓN DE TU DINERO** | [Ver detalles](#)
Recibe el artículo que compraste o te devolvemos tu dinero.

Anexo 30. Generador de respaldo a container productivo

		COMERCIALIZADORA ALFAMAQ LTDA. RUT: 76.331.992-K COMPAÑIA 4270, QUINTA NORMAL- SANTIAGO (56-2) 2773 2749 - 2773 7378 LUNES-VIERNES 09:00-13:00 y 14:00-18:30 HRS., SABADO 10:00-12:30 HRS. contacto@chileremates.cl www.chileremates.cl		
COTIZACIÓN N°44034				
FECHA EMISIÓN:	28/07/2017			
ATENCIÓN:	Claudio Salazar			
EMPRESA/PARTICULAR:	Claudio Salazar			
RUT:				
DIRECCIÓN:				
TELÉFONO:	996401607			
EMAIL:	claudio.salazar@pointegro.com			
ESTIMADO CLIENTE, DE ACUERDO A SUS REQUERIMIENTOS COTIZAMOS LO SIGUIENTE:				
CÓDIGO	UNIDADES	DESCRIPCIÓN	VALOR UN.	TOTAL
ID: 2039	1	Generador Diesel Insonorizado 22 KVA con ATS / Alfamaq / LG22YDS	\$4.500.000	\$4.500.000
			VALOR NETO	\$4.500.000
			IVA 19%	\$855.000
			TOTAL	\$5.355.000
IMPORTANTE:				
COTIZACIÓN VÁLIDA POR 24 HORAS STOCK DISPONIBLE CON ENTREGA INMEDIATA EN COMPAÑIA 4270, QUINTA NORMAL-SANTIAGO *COTIZACIÓN EMITIDA NO SIGNIFICA RESERVA DE STOCK				
FORMAS DE PAGO: EFECTIVO, TRANSFERENCIA ELECTRÓNICA, TARJETA DE CRÉDITO O DÉBITO, WEBPAY, CHEQUE (La entrega de los productos pagados con cheque se hará sólo una vez que se deposite y estén liberados los fondos, es decir 2-3 días hábiles desde la compra)				
		    		
DATOS PARA TRANSFERENCIA ELECTRÓNICA: BANCO ITAU CHILE COMERCIALIZADORA ALFAMAQ LTDA. RUT : 76.331.992-K CUENTA CORRIENTE 02-0603-8078 contacto@chileremates.cl				

Generador Diesel Insonorizado 22 KVA con ATS / Alfamaq / LG22YDS



ID: 2039
 Generador Diesel Insonorizado 22 KVA con ATS / Alfamaq / LG22YDS
Precio \$4.500.000 + IVA

[COTIZAR ONLINE](#)

Marca Alfamaq
 Modelo LG22YDS
 Frecuencia 50 hz
 Stand by 22 kva
 Prime 20 kva
 Amp 30
 Voltaje 220/380 v
 Trifásico

Motor
 Modelo YSD490D
 Combustible Diesel
 Partida eléctrica
 Alternador
 Modelo P144F
 Calentador de agua y aceite incluido
 ATS incluido
 Consumo Motor : 6.7 l/h al 90 % aprox
 Consumo Motor : 3.8 l/h al 50 % aprox
 Gabinete Insonorizado incluido
 Nivel de ruido a 7 m (dBA) 80.5
 Horómetro digital
 Peso 750 kg
 Medidas: 2.300 mm largo x 850 mm ancho x 1.180 mm alto

Anexo 31. Vehículos de trabajo.

Peugeot Boxer:



Santiago, 4 de Agosto de 2017

Señores
Gointegro.
At. Sr. Claudio Salazar.
Presente

De nuestra consideración:

Por medio de la presente detallamos la cotización para la solución de Leasing Operativo Salfa Rent según sus requerimientos:


COTIZACION

Tipo	Marca	Modelo	Combustible	Vehículo Tipo	Cantidad	Km. X mes	Valor Tarifa UF x Mes	
							24	36
A	Peugeot	Boxer Furgón L3H2 2.2 HDI 150HP	Diesel	Furgón 13 M3	1	4000	22,90	21,20
B	Peugeot	Boxer Furgón L4H2 2.2 HDI 150HP	Diesel	Furgón 15 M3	1	4000	23,94	22,14

Nota : Valores unitarios expresados en UF no Incluyen IVA.

La cotización descrita a continuación se ha realizado en base a los antecedentes y a la información entregada por ustedes. En conformidad a lo anterior, en caso de que exista cualquier variación de lo solicitado, se deberán analizar los costos asociados y recotizar.

Anexo 32. Propuesta comercial grupo Avanza para contratación del personal.

 **GRUPO AVANZA**

miércoles, 05 de Julio de 2017

Señores
Natural Fungi
Presente

At.: Claudio Salazar

Ref: Oferta Servicios de Reclutamiento de Personal

Estimados señores:

A continuación presentamos nuestra propuesta con la cual **Natural Fungi** podrá contar con servicios especializados de reclutamiento de personal y toda la asesoría laboral para la búsqueda de colaboradores.

Servicio	Cobro
Selección y Reclutamiento de Personal	0.8 Rentas Brutas del Cargo

** Valores no incluyen IVA

Las condiciones comerciales individualizadas en el documento adjunto se mantendrán vigentes por 30 días, a contar de la fecha indicada.

Esperando una favorable acogida a la propuesta, le saluda atentamente,

Director Ejecutivo
Grupo Avanza SpA.

Anexo 33. Curriculum Vitae de Javier Pichott

CURRICULUM VITAE

JAVIER ALEJANDRO PICHOTT CARPO

Lota 2763 Dpto 122 Providencia

Teléfonos 24539990 – 99184484

Correo electrónico: javierpichott@gmail.com

RESUMEN

Ingeniero comercial de la Universidad de los Andes, educación superior a la cual optó después de su egreso del Colegio San Ignacio, establecimiento en el cual cursó la enseñanza media. La enseñanza básica la realizó en los colegios Alemán y San Francisco Javier, ambos en la ciudad de Puerto Montt.

Durante su período de estudiante realizó actividades de ayuda a la comunidad como voluntario en Un Techo para Chile, en el Proyecto Semanas Culturales apoyado por la ONG Plataforma, y en la Fundación Trabajo en la Calle. También, como una experiencia personal y para fortalecer el idioma inglés, trabajó de obrero en la ciudad de Vancouver, Canadá.

Sus actividades laborales remuneradas han sido su práctica profesional en el área de marketing de la empresa Derco S.A., ayudante del ramo Contabilidad I en la Universidad, Product Manager en Isapre Colmena y, actualmente, se desempeña como Jefe de Publicidad y Productos en la empresa antes mencionada. En paralelo se encuentra cursando el último bimestre del programa de MBA de la Universidad de Chile.

ACTIVIDADES Y TRABAJOS REALIZADOS

ISAPRE COLMENA

Desde enero año 2014

Jefe de Publicidad y Productos

Desde Diciembre año 2015

Responsable de liderar un equipo de 8 profesionales cuyas principales tareas se enfocan en la creación y la correcta ejecución de estrategias de marketing asociadas al diseño y promoción de nuevos beneficios, además de ser el responsable de la planificación y ejecución de las campañas corporativas orientadas a posicionar y dar valor a la marca. La mayoría de las tareas se ejecutan también para empresas relacionadas como Colmena Seguros y para otras gerencias de la compañía.

Entre los desafíos relevantes a considerar de manera específica se encuentran:

- Gestión y supervisión del desempeño de 9 de los 16 beneficios adicionales ofrecidos a los afiliados.
- Diseño e implementación de campañas asociadas a las alianzas estratégicas desarrolladas por la empresa con LATAM y Salcobrand.
- Diseño de campañas publicitarias y de promoción con la agencia de medios y la de contenidos creativos, equivalente al 40% del presupuesto de marketing.

- Negociación e implementación de plataforma para email marketing, subiendo la tasa de apertura del 20% al 40%, cercana al doble del promedio de industrias del ramo, implementando nuevas formas de segmentación y comunicación.
- Diseño y análisis de encuestas de satisfacción y percepción de servicio por parte de los afiliados, así como contratación y supervisión de estudios de marca.
- Negociación de contratos con proveedores de beneficios adicionales para los afiliados.
- Construcción, validación y control del presupuesto del área comercial.
- Supervisar la implementación del programa de cambio de imagen corporativa.
- Control de la validez y vigencia de los documentos legales relacionados con los afiliados.
- Diseño del sistema de incentivos cuatrimestral a vendedores y jefes comerciales, y organización de los eventos de premiación.

Product Manager Marketing

Desde enero año 2014

Dentro del área comercial es el responsable del control y proyección de los presupuestos de marketing y ventas, también de la relación con las agencias, ya sea de medios como creativa, gestionando el correcto desarrollo de las campañas de marketing. Finalmente, es el encargado de desarrollar el marketing de una nueva compañía creada en diciembre del 2014, Colmena Seguros.

FUNDACION TRABAJO EN LA CALLE

Entre los años 2009 y 2011

Coordinador de campamento

Entre los años 2009 y 2011

Coordinación en la erradicación de familias que viven en micro campamentos en distintas áreas de Santiago, junto con un proceso de enseñanza a las mismas familias sobre políticas gubernamentales que estén a su disposición para la solución de distintos problemas sociales.

CONCRETE FINISHER

Enero del 2009

Terminaciones en concreto

Enero del 2009

Trabajo remunerado ejecutado en la ciudad de Vancouver, Canadá, que consistió en arreglo de muros y albañilería en edificios de departamentos.

TIM HORTONS

Diciembre del 2008 a Enero del 2009

Ayudante de cocina

Diciembre del 2008 a Enero del 2009

Labor remunerada realizada en ciudad de Vancouver, Canadá, en la que debía colaborar en la preparación de alimentos para venta en el local, preparar mezclas, efectuar reposición de alimentos y organizar y limpiar el área de trabajo.

AGRUPACION DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Julio del 2008

Encargado de logística Semanas Culturales**Julio del 2008**

Elaboración y ejecución de proyectos para grupos de escolares de bajos recursos en localidades rurales de Calleuque, Bajo Perkin en la VI y VII regiones. Es responsable de las actividades logísticas que apoyan la operación, planifica las necesidades, dimensiona los requerimientos de recursos, efectúa las compra y su distribución.

FUNDACION UN TECHO PARA CHILE**Año 2008****Trabajos de Invierno Un Techo para Chile****Año 2008**

Actividad voluntaria de amplio conocimiento público, donde le corresponde la responsabilidad de apoyar el proceso logístico, principalmente en el traslado de materiales y la construcción de las mediaguas.

GUANTE S.A**Junio del 2006****Asistente de Operador de Maquina****Junio del 2006**

Trabajo voluntario coordinado por el Colegio San Ignacio, en la ciudad de Santiago, donde realiza durante una semana la función de apoyo al operador de una maquina, entregando material para corte, trasladando el material terminado al área próxima y limpiando el área de trabajo.

OTROS CONOCIMIENTOS:

- Ingles nivel intermedio
- Excel, Word y Power Point a nivel usuario intermedio/avanzado.

Anexo 34. Curriculum Vitae de Claudio Salazar

CLAUDIO ESTEBAN SALAZAR MIÑO

✦ : Zenteno 138 Departamento 1402-B, Santiago

□ : Chilena

☎ : +56 9 9640 1607

☎ : +56 2 2643 0458

✉ : claudio.salazar1986@gmail.com

PERFIL PERSONAL

Profesional Contador General del Insuco Eduardo Frei Montalva e Ingeniero en Administración de Empresas Mención en Finanzas de la Universidad Diego Portales, con Maestría en Administración y Negocios (MBA) Mención en Finanzas y Diplomado en Control y Gestión Financiera de la Universidad de Chile, con Seminario Internacional en Innovación y Emprendimiento en la Universidad Autónoma de Madrid, con más de 12 años de experiencia laboral y especialización en las áreas de finanzas y valoración de empresas, contabilidad, tesorería, inversiones, recursos humanos y administración.

De gran capacidad de análisis y metodología de trabajo que han sido fundamental para lograr exitosos resultados en sus labores. De personalidad proactiva, orientado al cumplimiento de objetivos, con capacidad para realizar trabajos bajo presión, de buenas relaciones interpersonales y con capacidad de liderar equipos de trabajo.

EXPERIENCIA LABORAL

2015 a la fecha **Jefe de Administración & Finanzas**
Integro Chile S.A.

Reportar al CFO en la casa matriz en Argentina toda información financiera, contable y tributaria, confección, revisión y análisis de balance clasificado en IFRS, estado de resultados, presupuesto anual, flujo de caja y reportes corporativos, proceso de cierres contables mensuales y anuales, responsable de las auditorías externas e internas corporativas, revisión y análisis de forecast con área comercial, planificación financiera y tributaria, generación de reportes de control de gestión y cumplimientos de KPI, responsable de tesorería en la recaudación y cobranza de clientes nacionales e internacionales y pago de proveedores y cuentas por pagar, negociación con proveedores, líder de proyectos de implementación de mejoras continuas en procesos contables, de gestión, operacionales y comerciales, conciliación y cuadratura bancaria mensual, transferencias internacionales y relacionamiento con entidades bancarias y públicas, control y revisión de inversiones y deuda de corto y largo plazo, control y revisión de nóminas de remuneraciones, contratos, finiquitos, previred y normas de ley laboral, generación y gestión de implementación de políticas internas del área de administración y finanzas y procesos de control, reducción de costos, revisión y pago de impuestos mensuales y anuales.

2013 – 2015: **Jefe de Administración & Finanzas**
Grupo Avanza SpA.

Responsable de confeccionar y generar los estados financieros de dos empresas, una de reclutamiento y selección de personal y otra de capacitación y desarrollo organizacional, tales como balance clasificado y estado de resultados incluyendo la consolidación financiera, generación y revisión de cierres contables mensuales y anuales, proyección de forecast junto con área comercial, confección, revisión y proyección de presupuesto anual y flujo de caja, generación de reportes de control y gestión, conciliación bancaria y cuadratura mensual, relacionamiento con instituciones bancarias y públicas, análisis de cuentas, facturación de ventas, revisión y control de libros de compras, ventas, honorarios y remuneraciones, revisión y gestión de la recaudación y cobranza de clientes, revisión y pago de proveedores y cuentas por pagar, revisión de impuestos mensuales, anual y cotizaciones previsionales, negociación de tarifas con proveedores, generación de KPI para cumplimiento de procesos internos, compras de activos fijos, materiales de oficina, conciliación bancaria y cuadratura mensual, confección y revisión de contratos de trabajos y finiquitos, control de gastos y reducción de costos, encargado de facilities.

2012 – 2013: **Contador Auditor Interno**
Greif Chile S.A.

Responsable de la administración, contabilización, análisis y revisión de cuentas de activos circulantes, coordinación y gestión de cobranzas de deudores nacionales e internacionales, revisión y control de libro de venta, revisión de estados financieros, revisión de la normas IFRS para la implementación en la contabilidad chilena, revisión del libro de remuneraciones, contratos y finiquitos.

2010 – 2012: **Supervisor de Recaudación & Cobranza**
Ohio National Seguros de Vida S.A.

Responsable de la supervisión, control y administración del área de cuentas corrientes coordinando la cobranza y recaudación diaria y mensual de seguros de vida, desgravamen y masivos, realización de cierres de mes, informes y reportes de gestión, otorgamiento de préstamos, caducidad o términos de pólizas vigentes, devoluciones de pagos o primas a clientes, control, gestión y revisión de procesos diario de inversiones por la recaudación de primas VUL y de Vida, reportes de información para la SVS, análisis de cuentas, proceso y cálculo de comisiones mensuales a corredores de seguros, revisión y control de pago de comisiones y proveedores, líder en proyectos de implementación y

mejoras continuas en sistema Visual Time para cálculo de comisiones e implementación de seguro APV y APVC.

2006 – 2010: **Encargado de Sucursales**
Ultramar Agencia Marítima Ltda.

Encargado del área de sucursales para administrar, supervisar y controlar las operaciones marítimas y portuarias de las sucursales de Iquique, Antofagasta, Caldera, Huasco, Coquimbo, Santiago y Valparaíso. Realizar cierres contables por sucursal, análisis de cuentas, confección y generación de estado de resultados por sucursal, provisión de costos e ingresos, revisión de presupuesto anual, revisión y gestión de la cobranza a clientes y pago de proveedores, administración de tarifados en dólares de costos y ventas, facturación de ventas diaria y mensual, revisión libros de compras y ventas, confección de reportes de gestión, coordinación con el área comercial y operaciones para implementación de mejoras continuas con el sistema operativo vigente.

2004 – 2006: **Liquidador de Naves**
Ultramar Agencia Marítima Ltda.

Responsable de la liquidación de gastos portuarios, administración de las cuentas corrientes de una cartera de clientes, coordinación con el área comercial, operaciones y sucursales para la obtención de información contable y confección de reportes de gestión, facturación de ventas por comisión y generación de nuevos procedimientos para optimizar la operación del negocio.

EDUCACIÓN

2016 – 2017: **Master Of Business Administration ICCI (Ingenieros Comerciales y Civiles)**
Universidad de Chile Escuela de Postgrado, Facultad de Economía y Negocios.

2014 – 2014: **Diplomado Control y Gestión Financiera**
Universidad de Chile Escuela de Postgrado, Facultad de Economía y Negocios.

2008 – 2014: **Ingeniero en Administración de Empresas Gestión Finanzas**
Universidad Diego Portales, Facultad de Economía y Empresas.

2001 – 2004: **Contador General**
Instituto Superior de Comercio Eduardo Frei Montalva.

OTROS CURSOS

2016 – 2016: **Seminario Internacional de Innovación y Emprendimiento**
Universidad Autónoma de Madrid Facultad de Economía y Negocios.

2012 – 2012 **Curso Contabilidad Básica para Seguros de Vida**
Escuela de Seguros de Chile.

- 2011 – 2011 **Curso de Seguros de APV y APVC**
Escuela de Seguros de Chile.
- 2011 – 2011: **Microsoft Office (Excel – Word – Power Point)**
Edu tecno Soluciones Tecnológicas de Capacitación.
- 2010 – 2011: **inglés Intermedio**
Instituto Chileno Británico de Cultura.

IDIOMAS Y TECNOLOGÍA

Lenguaje: Español nativo - Inglés medio escrito y hablado.

Computación: Nivel Avanzado de Microsoft Office (Excel, Word, Power Point, Outlook), Sistemas Contables Contab 2000, SAP, Softland, Defontana, Visual Time, ASI Contabilidad y Exact.

Anexo 35. Tablas de cumplimiento de comisiones y sueldos según metas

Tabla 35.1. Resumen cumplimiento de comisiones.

	Cumplimiento					
	%	[< 80%]	[80% -99%]	[100%]	[101% - 120%]	[>120%]
Cientes		40%	60%	80%	100%	120%
Kilos		40%	60%	80%	100%	120%

Tabla 35.2. Distribución de comisiones según cumplimiento meta.

		Cumplimiento Kilos					
		%	[>120%]	[101% - 120%]	[100%]	[80% -99%]	[< 80%]
Cumplimiento Cientes	[>120%]		120%	110%	100%	90%	80%
	[101% - 120%]		110%	100%	90%	80%	70%
	[100%]		100%	90%	80%	70%	60%
	[80% -99%]		90%	80%	70%	60%	50%
	[< 80%]		80%	70%	60%	50%	40%

Tabla 35.3. Sueldo líquido final según porcentaje de comisión.

% Comisión	Sueldo + Comisión
40%	784,800
50%	831,000
60%	877,200
70%	923,400
80%	969,600
90%	1,015,800
100%	1,062,000
110%	1,108,200
120%	1,154,400

Anexo 36. Estado de Flujo de Efectivo proyectado anual a 10 años para Natural Fungí

	ESTADOS DE FLUJO EFECTIVO										
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios		71.450.342	268.440.246	384.866.463	473.681.801	562.497.138	608.014.999	616.896.533	625.778.066	634.659.600	643.541.134
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		157.733.973	80.515.544	99.768.794	112.667.013	125.584.839	132.468.327	135.564.298	138.730.009	141.967.900	145.280.498
Pagos a y por cuenta de los empleados		125.464.320	140.248.627	167.642.577	190.063.493	196.715.715	183.100.981	189.509.515	196.142.348	203.007.331	210.112.587
Pagos por seguros y leasing		12.316.671	11.685.442	12.094.432	12.517.738	12.955.858	13.409.313	13.878.639	14.364.392	14.867.145	15.387.496
Pagos por Arriendo		23.994.000	22.764.308	23.561.058	24.385.695	25.239.195	26.122.566	27.036.856	27.983.146	28.962.556	29.976.246
Pagos por patentes e intangibles		875.000	830.156	859.212	889.284	920.409	952.623	985.965	1.020.474	1.056.191	1.093.157
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación		-248.933.623	12.396.169	80.940.390	133.158.578	201.081.123	251.961.188	249.921.258	247.537.697	244.798.477	241.691.150
Inversión inicial operación	250.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversiones en Activo Fijo (CAPEX)		0	0	6.072.908	11.083.668	17.751.784	22.692.587	23.359.399	24.026.210	24.693.022	25.359.834
Otras inversiones y depósitos de corto plazo		0	0	0	0	0	0	0	9.000.000	10.000.000	12.000.000
Intereses ganados por inversión de corto plazo		0	0	0	0	0	0	0	0	315.000	350.000
Pagos de Impuestos		0	0	18.596.846	32.482.854	50.878.459	64.779.145	63.615.218	62.338.470	61.030.549	59.527.286
Dividendos Pagados		0	0	45.252.325	79.041.610	123.804.249	157.629.252	154.797.031	151.690.277	148.507.670	144.849.730
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de Inversiones	250.000.000	-248.933.623	12.396.169	11.018.311	10.550.446	8.646.631	6.860.204	8.149.610	482.740	882.236	304.301
Importes procedentes de préstamos de corto plazo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Importes procedentes de préstamos de largo plazo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de financiamientos	250.000.000	-248.933.623	12.396.169	11.018.311	10.550.446	8.646.631	6.860.204	8.149.610	482.740	882.236	304.301
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	250.000.000	1.066.377	13.462.546	24.480.857	35.031.303	43.677.935	50.538.138	58.687.748	59.170.488	60.052.725	
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	250.000.000	1.066.377	13.462.546	24.480.857	35.031.303	43.677.935	50.538.138	58.687.748	59.170.488	60.052.725	60.357.026

Anexo 37. Estado de Resultado proyectado mensual para el primer año de Natural Fungí

ESTADOS DE RESULTADOS													
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Acumulado
Ingresos de actividades ordinarias	0	0	992.435	1.984.870	2.977.304	3.969.739	4.962.174	5.954.609	6.947.043	7.939.478	8.931.913	9.924.348	54.583.913
Ingresos de actividades extraordinarias (MKT)	0	0	110.271	220.541	330.812	441.082	551.353	661.623	771.894	882.164	992.435	1.102.705	6.064.879
Costo de Ventas (Materias Primas)	0	0	123.298	246.595	369.893	493.191	616.488	739.786	863.083	986.381	1.109.679	1.232.976	6.781.370
Costo de Ventas (Prueba de Regalo a Clientes)	36.563	36.563	36.563	36.563	36.563	36.563	36.563	36.563	36.563	36.563	36.563	36.563	438.757
Costo de Ventas (Remuneración Producción)	2.496.000	2.496.000	2.496.000	2.496.000	2.496.000	2.496.000	2.496.000	2.496.000	2.496.000	2.496.000	2.496.000	2.496.000	29.952.000
Margen de Contribución	-2.532.563	-2.532.563	-1.553.155	-573.748	405.660	1.385.068	2.364.475	3.343.883	4.323.291	5.302.698	6.282.106	7.261.514	23.476.665
Remuneración Vendedores	1.407.360	1.407.360	1.407.360	1.407.360	1.407.360	1.407.360	1.407.360	1.407.360	1.407.360	1.407.360	1.407.360	1.407.360	16.888.320
Remuneración Administración	6.552.000	6.552.000	6.552.000	6.552.000	6.552.000	6.552.000	6.552.000	6.552.000	6.552.000	6.552.000	6.552.000	6.552.000	78.624.000
Gasto de Almuerzo	29.410	29.410	29.410	29.410	29.410	29.410	29.410	29.410	29.410	29.410	29.410	29.410	352.920
Gastos Generales y Aseo	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	840.000
Publicidad y Marketing	3.526.667	3.526.667	3.526.667	3.526.667	3.526.667	3.526.667	3.526.667	3.526.667	3.526.667	3.526.667	3.526.667	3.526.667	42.320.000
Arriendo Oficina	1.999.500	1.999.500	1.999.500	1.999.500	1.999.500	1.999.500	1.999.500	1.999.500	1.999.500	1.999.500	1.999.500	1.999.500	23.994.000
Leasing Operativo Camioneta	563.920	563.920	563.920	563.920	563.920	563.920	563.920	563.920	563.920	563.920	563.920	563.920	6.767.040
Seguros	298.592	298.592	298.592	298.592	298.592	298.592	298.592	298.592	298.592	298.592	298.592	298.592	3.583.104
Depreciaciones	575.838	575.838	575.838	575.838	575.838	575.838	575.838	575.838	575.838	575.838	575.838	575.838	6.910.058
Deudas Incobrables			60.649	60.649	60.649	60.649	60.649	60.649	60.649	60.649	60.649	60.649	606.488
Amortizaciones Intangibles	72.917	72.917	72.917	72.917	72.917	72.917	72.917	72.917	72.917	72.917	72.917	72.917	875.000
Resultado Operacional	-17.628.767	-17.628.767	-16.710.008	-15.730.600	-14.751.192	-13.771.785	-12.792.377	-11.812.969	-10.833.562	-9.854.154	-8.874.746	-7.895.339	-158.284.265
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intereses Creditos Porcion de Corto Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intereses Creditos Porcion de Largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Egresos no Operacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Resultado No Operacional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Resultado Antes de Impuesto	-17.628.767	-17.628.767	-16.710.008	-15.730.600	-14.751.192	-13.771.785	-12.792.377	-11.812.969	-10.833.562	-9.854.154	-8.874.746	-7.895.339	-158.284.265
Impuesto a la Renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Resultado del Ejercicio	-17.628.767	-17.628.767	-16.710.008	-15.730.600	-14.751.192	-13.771.785	-12.792.377	-11.812.969	-10.833.562	-9.854.154	-8.874.746	-7.895.339	-158.284.265

Anexo 38. Estado de Resultado proyectado por año de Natural Fungí

ESTADOS DE RESULTADOS										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos de actividades ordinarias	54.583.913	223.715.741	352.818.759	434.238.473	515.658.186	557.385.790	565.527.761	573.669.732	581.811.704	589.953.675
Ingresos de actividades extraordinarias (MKT)	6.064.879	24.857.305	39.202.084	48.248.719	57.295.354	61.931.754	62.836.418	63.741.081	64.645.745	65.550.408
Costo de Ventas (Materias Primas)	6.781.370	27.793.887	43.833.325	53.948.708	64.064.091	69.248.224	70.259.762	71.271.301	72.282.839	73.294.377
Costo de Ventas (Prueba de Regalo a Clientes)	438.757	908.227	940.015	972.916	1.006.968	454.114	470.008	486.458	503.484	521.106
Costo de Ventas (Remuneración Producción)	29.952.000	38.631.168	46.142.784	65.816.064	68.119.626	70.503.813	72.971.447	75.525.447	78.168.838	80.904.747
Margen de Contribución	23.476.665	181.239.763	301.104.719	361.749.504	439.762.856	479.111.393	484.662.962	490.127.608	495.502.288	500.783.853
Remuneración Vendedores	16.888.320	32.633.798	39.089.019	40.457.135	41.873.134	20.975.293	21.709.429	22.469.259	23.255.683	24.069.632
Remuneración Administración	78.624.000	81.733.536	97.651.008	101.068.793	104.606.201	108.267.418	112.056.778	115.978.765	120.038.022	124.239.352
Gasto de Almuerzo	352.920	438.327	453.668	511.381	529.279	474.854	491.474	508.675	526.479	544.906
Gastos Generales y Aseo	840.000	869.400	899.829	931.323	963.919	997.656	1.032.574	1.068.715	1.106.120	1.144.834
Publicidad y Marketing	42.320.000	43.801.200	45.334.242	46.920.940	48.563.173	50.262.884	52.022.085	53.842.858	55.727.358	57.677.816
Arriendo Oficina	23.994.000	24.833.790	25.702.973	26.602.577	27.533.667	28.497.345	29.494.752	30.527.069	31.595.516	32.701.359
Leasing Operativo Camioneta	6.767.040	7.003.886	7.249.022	7.502.738	7.765.334	8.037.121	8.318.420	8.609.565	8.910.899	9.222.781
Seguros	3.583.104	3.708.513	3.838.311	3.972.651	4.111.694	4.255.604	4.404.550	4.558.709	4.718.264	4.883.403
Depreciaciones	6.910.058	7.151.910	7.151.910	7.680.100	8.644.100	10.188.058	12.161.741	14.193.419	16.283.094	18.430.764
Deudas Incobrables	606.488	2.485.730	3.920.208	4.824.872	5.729.535	6.193.175	6.283.642	6.374.108	6.464.574	6.555.041
Amortizaciones Intangibles	875.000	905.625	937.322	970.128	1.004.083	1.039.226	1.075.598	1.113.244	1.152.208	1.192.535
Resultado Operacional	-158.284.265	-24.325.953	68.877.207	120.306.865	188.438.735	239.922.759	235.611.919	230.883.222	225.724.071	220.121.430
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	315.000	350.000
Intereses Creditos Porcion de Corto Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intereses Creditos Porcion de Largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Egresos no Operacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Resultado No Operacional	0	0	0	0	0	0	0	0	315.000	350.000
Resultado Antes de Impuesto	-158.284.265	-24.325.953	68.877.207	120.306.865	188.438.735	239.922.759	235.611.919	230.883.222	226.039.071	220.471.430
Impuesto a la Renta	0	0	18.596.846	32.482.854	50.878.459	64.779.145	63.615.218	62.338.470	61.030.549	59.527.286
Resultado del Ejercicio	-158.284.265	-24.325.953	50.280.361	87.824.012	137.560.277	175.143.614	171.996.701	168.544.752	165.008.522	160.944.144

Anexo 39. Flujo de caja proyectado a 10 años con liquidación de la empresa al décimo año

FLUJO DE CAJA CON VALOR TERMINAL											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Resultado del Ejercicio	0	-158.284.265	-24.325.953	50.280.361	87.824.012	137.560.277	175.143.614	171.996.701	168.544.752	165.008.522	160.944.144
Depreciaciones	0	6.910.058	7.151.910	7.151.910	7.680.100	8.644.100	10.188.058	12.161.741	14.193.419	16.283.094	18.430.764
Amortizaciones	0	875.000	905.625	937.322	970.128	1.004.083	1.039.226	1.075.598	1.113.244	1.152.208	1.192.535
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Efecto sobre impuestos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flujo de fondos	0	-150.499.207	-16.268.418	58.369.593	96.474.240	147.208.459	186.370.897	185.234.040	183.851.416	182.443.824	180.567.444
Inversiones	-250.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperación Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	171.231.709
Inversiones CAPEX	0	0	0	-5.103.284	-9.314.006	-14.917.465	-19.069.401	-19.629.747	-20.190.093	-20.750.439	53.089.434
Valor Residual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flujo libre de fondos	-250.000.000	-150.499.207	-16.268.418	53.266.309	87.160.234	132.290.994	167.301.496	165.604.293	163.661.323	161.693.385	404.888.587

Valor Actual Económico de los Activos	327.721.661
Valor Actual Neto Económico de los Activos	67.285.656
Tir Económico de los Activos	18,81%
Tasa de Descuento	15,51%

Anexo 40. Flujo de caja proyectado a 10 años con valor residual

FLUJO DE CAJA CON VALOR RESIDUAL											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Resultado del Ejercicio	0	-158.284.265	-24.325.953	50.280.361	87.824.012	137.560.277	175.143.614	171.996.701	168.544.752	165.008.522	160.944.144
Depreciaciones	0	6.910.058	7.151.910	7.151.910	7.680.100	8.644.100	10.188.058	12.161.741	14.193.419	16.283.094	18.430.764
Amortizaciones	0	875.000	905.625	937.322	970.128	1.004.083	1.039.226	1.075.598	1.113.244	1.152.208	1.192.535
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Efecto sobre impuestos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flujo de fondos	0	-150.499.207	-16.268.418	58.369.593	96.474.240	147.208.459	186.370.897	185.234.040	183.851.416	182.443.824	180.567.444
Inversiones	-250.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperación Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversiones CAPEX	0	0	0	-5.103.284	-9.314.006	-14.917.465	-19.069.401	-19.629.747	-20.190.093	-20.750.439	-21.310.784
Valor Residual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.056.459.037
Flujo libre de fondos	-250.000.000	-150.499.207	-16.268.418	53.266.309	87.160.234	132.290.994	167.301.496	165.604.293	163.661.323	161.693.385	1.215.715.696

Valor Actual Económico de los Activos	519.470.358
Valor Actual Neto Económico de los Activos	233.287.472
Tir Económico de los Activos	24,22%
WACC	15,51%

Anexo 41. Propuesta de seguro multiriesgo.



Planes y primas

Planes Actividad ¹ General, Comercio o Servicios ² (incluye robo, incendio e industriales)	CAPITAL ASEGURADO UF							
	Contenido				Edificio más Contenido			
	PLAN 1	PLAN 2	PLAN 3	PLAN 4	PLAN 1	PLAN 2	PLAN 3	PLAN 4
Incendio contenido	500	1.000	1.500	2.000	500	1.000	1.500	2.000
Incendio edificio	-	-	-	-	1500	3.000	4.500	10.000
Stemo contenido	500	1.000	1.500	2.000	500	1.000	1.500	2.000
Stemo edificio	-	-	-	-	1500	3.000	4.500	10.000
Robo contenido (incluye mercancías hasta máx. de UF 200, en todos los planes)	500	1.000	1.500	2.000	500	1.000	1.500	2.000
Robo valores	100	100	100	100	100	100	100	100
Responsabilidad Civil	500	1.000	2.000	3.000	500	1.000	2.000	3.000
Equipos electrónicos	100	100	100	100	100	100	100	100
Prima mensual UF con IVA	0,69	1,25	1,80	2,36	2,41	4,61	6,81	13,33

La prima mensual corresponderá al plan contratado por el cliente. La modalidad de pago es a través de PAC o PAT y la periodicidad es mensual.

Condiciones de asegurabilidad

Para la cobertura de robo se debe contar con alguna de las siguientes medidas de seguridad:

- Locales (tiendas, oficinas, entre otras):
 - o Chapas de seguridad en todas las puertas de acceso y
 - o Rejas en todas las ventanas del 1er piso, o alarma o recinto cerrado con cuidador.
- Edificios en 1er piso:
 - o Chapas de seguridad en todas las puertas de acceso y
 - o Rejas en todas las ventanas, o chapas de seguridad y alarma.
- Edificios desde el 2 piso en adelante:
 - o Chapas de seguridad efectiva en la puerta de acceso.
- El límite de eventos para la cobertura de robo es de dos al año.