



**“ESTACIÓN 14 DE FEBRERO”  
CENTRO CULTURAL & GASTRONÓMICO  
PARTE II**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN (MBA)**

**Alumno: Felipe Pontanilla Contreras**

**Profesor Guía: Sr. Claudio Dufeu S.**

**Santiago, julio de 2020**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	4
1. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	5
2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES	6
3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR	7
4. PLAN DE MARKETING	8
5. PLAN DE OPERACIONES	9
5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones	9
5.1.1. Procesos operativos	11
5.2. Flujo de operaciones	12
5.2.1. Procesos internos	12
5.2.2. Procesos externos	13
5.2.3. Procesos de cara al cliente	13
5.3. Plan de desarrollo e implementación	14
5.4. Dotación	15
6. EQUIPO DEL PROYECTO	17
6.1. Equipo Gestor	17
6.2. Estructura organizacional	18
6.3. Incentivos y compensaciones	20
7. PLAN FINANCIERO	22
7.1. Supuestos utilizados para las estimaciones	22
7.2. Estimación de ingresos	23
7.3. Plan de inversiones (inicial y futuro): Monto total necesario para el negocio y plazos	25
7.3.1. Inversiones en Activos fijos	25
7.3.2. Costo de oportunidad	25
7.4. Proyecciones de Estados de resultados	26
7.5. Proyecciones de Flujo de caja (posición de flujos de la empresa)	28
7.6. Cálculo de tasa de descuento	29
7.7. Evaluación financiera del proyecto	30
7.8. Valor residual	30
7.9. Valor de desecho económico	32
7.10. Balance proyectado	33
7.11. Capital de trabajo	33
7.12. Fuentes de financiamiento	34

7.13.	Ratios financieros clave	34
8.	RIESGOS CRITICOS	35
8.1.	Riesgos internos	35
8.1.1.	Riesgo Operacional: Mala calidad del producto	35
8.1.2.	Riesgo Tecnológico: Falla de servicios tecnológicos.	35
8.1.3.	Riesgo Económico: Financiamiento del proyecto.	36
8.2.	Riesgos externos	36
8.2.1.	Riesgo social y sanitario por COVID-19: Continuidad operativa	36
8.2.2.	Riesgo Industria: Aparición nuevos competidores.	37
8.2.3.	Riesgo Industrial: Ubicación estratégica	37
9.	PROPUESTA INVERSIONISTA	38
10.	CONCLUSIONES	39
	Bibliografía y fuentes	40
	Anexos	41

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 5.2.3.1: Flujograma de servicio de alimentación y arriendo de quinchos	13
Figura 6.2.1: Estructura organizacional al año 1 y año 2	20
Figura 7.2.1: Fuentes de ingreso Estación 14 de Febrero	23
Figura 7.4.1: Curva de crecimiento de ingresos anuales	27

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 5.1.1: Capacidad máxima de atención	10
Tabla 5.1.2: Plan de implementación de sectores	11
Tabla 5.3.1: Plan de implementación y costo de inversión	14
Tabla 5.4.1: Proyección de la dotación en función de los cargos disponibles.	15
Tabla 5.4.2: Plan de remuneraciones dotación	16
Tabla 6.3.1: Estructura de remuneración por cargo	21
Tabla 7.1.1: Supuestos empleado para análisis financiero del proyecto	22
Tabla 7.2.1: Estimación de ingresos anuales para el primer año y proyectados para los 10 años	24
Tabla 7.3.1.1: Inversiones iniciales y futuras en activos fijos	25
Tabla 7.3.2.1: Costo de oportunidad	26
Tabla 7.4.1: Estado de resultados año 1 al 10	26
Tabla 7.5.1 Proyección Flujo de Caja año al 10	28
Tabla 7.5.2: Payback del proyecto	28
Tabla 7.6.1: Tabla Rendimiento nominal bursátil de Índice General de Precios de Acciones (IGPA) del mercado chileno	29
Tabla 7.6.2: Tabla Rendimiento del Índice de Precios al Consumidor (IPC)	29
Tabla 7.7.1: Evaluación financiera del proyecto puro	30
Tabla 7.8.1: Depreciación anual y acumulada de activos fijos	31
Tabla 7.10.1: Balance proyectado año 1 al 10	33
Tabla 7.11.1: Calculo de capital de trabajo por método de déficit acumulado máximo	34
Tabla 7.13.1: Ratios financieros del proyecto	34

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Estudio de Mercado de Restaurantes & Centros de Esparcimiento	41
Anexo 2: Proyecciones de ingresos mensuales por actividad para el primer año	50
Anexo 3: Información de Vida útil de los activos fijos obtenido del SII	51
Anexo 4: Depreciación anual y acumulada de los activos	52



## RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocio presentado a continuación nace desde la detección de una necesidad y a la vez oportunidad, de proporcionar sectores de esparcimiento y recreación a los habitantes de la ciudad de Antofagasta. Este plan se sustenta en los variados planes que está impulsando la municipalidad con apoyo del sector privado y que busca habilitar sectores que hoy se encuentran sin ser utilizados o en desuso y que permitan mediante planes de este tipo mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad y de la población flotante que esta atrae principalmente por la industria de la minería. De lo anterior nace “Estación 14 de Febrero Centro Recreacional & Gastronómico”, para entregar una alternativa tangible de esparcimiento a sus habitantes y visitantes, con una excelente ubicación en el borde costero del sector sur de la ciudad de Antofagasta.

La temática de Estación 14 de Febrero, se centra en habilitar un entorno agradable y armónico donde emprendedores de todo tipo puedan arrendar espacios para entregar su oferta gastronómica instalándose con sus Food truck o bien arrendando uno de los 2 vagones de trenes acondicionados para tal efecto. La ventaja competitiva centrada en la temática de trenes, se potenciara con las instalaciones de un gran Food hall y con sectores donde se instalarán juegos infantiles, muro de escalada y sectores de quinchos que podrán ser arrendados para eventos familiares o grupales en general. El tamaño de mercado objetivo de este plan de negocios es de 1.580.000 UF anuales, de los cuales se pretende alcanzar una participación de un 1% correspondiente a 15.000 UF anuales. Los clientes objetivos son principalmente emprendedores gastronómicos y público en general que busque acceder a espacios de recreación innovadores y acogedores.

Los ingresos proyectados son del orden de 13.400 UF anuales, considerando una tasa de crecimiento anual en ventas de un 6% promedio para los 10 años de duración del

proyecto. Los resultados financieros dan cuenta de la viabilidad del proyecto obteniendo un VAN positivo de \$272 Mclp y una TIR ajustada de un 19,86%. La inversión total requerida para la puesta en marcha y ejecución del proyecto es del orden de \$384 Mclp con un periodo de recuperación al 6to año.

## **1. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

La oportunidad de negocio es del rubro inmobiliario y se basa en acondicionar espacios que podrán ser arrendados por emprendedores gastronómicos para entregar y ofertar sus productos al público en general. Los emprendedores podrán optar por arrendar espacios completamente habilitados para instalarse con sus Food truck o bien arrendar vagones de trenes acondicionados para tal efecto. La temática central e innovadora de Estación 14 de Febrero es que contará con vagones de trenes acondicionados para restaurantes, pub y juegos infantiles, sumado a veinte quinchos habilitados para ser arrendados por el público en general. Contará además con un sector de patio de comida (Food hall), muro de escalada y sector de juegos infantiles para arriendo con ticket de acceso. Lo anterior será complementado con diversas propuestas de eventos artísticos de música, teatro y ferias, lo que generara un polo de atracción para el público en general.

El local estará emplazado en el borde costero del sector sur de la ciudad, cercano a polos de importante crecimiento inmobiliario, universidades, hoteles y sector bohemio ya consolidado, lo que garantiza una importante afluencia de clientes. El terreno contemplado para el proyecto tiene una superficie de 7.900 m<sup>2</sup>, el que será acondicionado y habilitado para albergar 10 Food truck, 5 vagones de trenes, 2 de los cuales serán habilitados como restaurantes, 1 como pub y los otros 2 adaptados como juegos infantiles. Se habilitarán dos sectores de 1.200 m<sup>2</sup> cada uno en ambos costados del patio de comida o Food hall para la instalación de 10 quinchos por sector. Al centro de los sectores de los quinchos se instalaran muro de escalada y juegos infantiles respectivamente.

La validación de esta oportunidad de negocio se realizó específicamente mediante encuestas e investigación de datos de arriendo inmobiliario de locales comerciales, mercado gastronómico en Chile y en Antofagasta particularmente y se sustenta en las proyecciones de crecimiento de la región previa a la crisis generada por la pandemia del COVID 19.

El detalle se encuentra en la Parte I.

## **2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES**

Estos últimos años ha surgido una nueva generación de espacios gastronómicos conocidos como Food Hall o Food Garden, los que se diferencian de locales de comida rápida por presentar propuestas de comida vanguardista y gourmet. Ejemplos surgidos en Santiago como Jardín Mallinkrodt, en Bellavista, Bazar Gourmet en el Parque Arauco, El Deck en Chicureo y Terraza Paseo Los Trapenses, estos últimos cuentan además con áreas infantiles y en Antofagasta podemos mencionar Jardín Nomade, local inaugurado a principios del presente año. Una de las limitaciones de los Food truck para operar y por ende principal causa de fracaso es la dependencia de eventos o ferias por un lado y por otra parte las restricciones de movilidad para funcionar libremente en las calles. Es por ello por lo que estos centros recreacionales son una alternativa real para emprendedores gastronómicos, ya que Chile en particular, es líder en la creación de emprendimientos con una de cada cuatro personas involucrada en alguna iniciativa. El análisis de la industria se realizó con especial enfoque en la determinación del mercado inmobiliario de arriendo de locales comerciales y específicamente gastronómica del tipo Food Truck.

La segmentación de mercado al que apunta el plan de negocio se basa en el aporte al PIB de las distintas actividades económicas de la región de Antofagasta y en particular de las actividades inmobiliarias y de restaurantes, con un 2,1% y 3,54% de aporte respectivamente, alcanzando un tamaño en ingresos de 1.580.000 UF al año con una proyección de participación promedio de 0,88% y un Peak al 8vo año de funcionamiento



de un 1%, equivalente a 15.000 UF anuales. Los clientes objetivo son dos principalmente. Aquellos emprendedores gastronómicos que arrendaran espacios para sus Food truck, juegos infantiles o restaurantes y el público en general. Sin duda el motor de este negocio es el público en general o cliente final de los servicios. Es así como el 50.6% de la población de Antofagasta se concentra en los Grupos Socio Económicos de interés AB, C1a, C1b, C2 y C3 con un ingreso promedio mensual de \$2,7 Mclp de los cuales destinan cerca de un 6,5% en hoteles y restaurantes.

Mayores detalles y profundidad de la encuesta online, los análisis PESTEL y de las cinco fuerzas de Porter, se encuentran en la Parte I del plan de negocios.

### **3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR**

El modelo de negocio de Estación 14 de Febrero está basado en el arriendo de espacios para la instalación de 10 Food truck y 3 locales de restaurant en vagones de trenes adaptados. Los contratos de arriendo serán por plazos de uno a dos años, con opción de renovación lo que permitirá flexibilidad para los administradores para variar constantemente la oferta gastronómica. Considera además un centro recreacional con arriendo, por hora, de quinchos y juegos para eventos grupales y familiares. Esta área poseerá diversas atracciones y ambientes, donde podrán disfrutar muros de escalada, juegos electrónicos, juegos infantiles, entre otros. Las áreas destinadas para quinchos tendrán la versatilidad de poder ser adaptadas para ferias de tiendas de lifestyle o minoristas, para que otros emprendedores puedan mostrar y promover estilos de vida, artesanías, textiles, moda y mercado gourmet. El local también estará disponible para arriendo total o parcial para la organización de eventos particulares de empresas (fiestas de fin de año) y particulares (aniversarios, cumpleaños, matrimonios).

La propuesta de valor está basada en instalaciones y espacios cómodos y vanguardistas, para lo cual se busca integrar la historia y cultura típica de la zona, incorporando vagones de trenes adaptados como símbolo de la historia minera y de la

relevancia que tuvo el ferrocarril en el desarrollo de la región y del país, con productos y servicios adaptables a las necesidades de los clientes, tanto de quienes arrienden como así también de los consumidores finales, donde podrán encontrar una mezcla de gastronomía, música y arte en una ubicación y entorno privilegiado. A todo lo anterior se sumará la realización periódica de eventos gastronómicos y culturales al aire libre para lo cual se contará con un escenario. El servicio otorgado será distintivo y personalizado, buscando con ello la fidelización de nuestros clientes a través de un desarrollo y crecimiento mutuo y de aseguramiento de instalaciones de alta calidad. La propiedad de la empresa esta constituida por 2 socios particulares con financiamiento particular privado.

El detalle se encuentra en la Parte I.

#### **4. PLAN DE MARKETING**

El plan de marketing se focalizo en dar cumplimiento a tres objetivos en específico, el posicionamiento, la cuota de mercado y la rentabilidad del negocio. El posicionamiento de la marca será con una fuerte campaña comunicacional a través de medios tradicionales de la región como radio y televisión y redes sociales. La cuota de mercado y participación será medida a través de estadística de ventas y trazabilidad comparativa con el sector inmobiliario y de restaurantes. Finalmente, la rentabilidad del negocio se basara en mantener bajos niveles de costos operativos con fuerte incremento en ventas por medio de la realización de eventos masivos. El posicionamiento en redes y medios locales se realizará contratando los servicios de empresa especialista en campañas de publicidad y marketing global. Respecto de la segmentación de clientes está se fue realizada con una segmentación geográfica dada la ubicación y emplazamiento del local y por el poder adquisitivo de los clientes que estarán dispuestos a pagar sin que ello les signifique pérdidas para su emprendimiento. La estrategia de comunicación estará basada en medios escritos de la región y fuertemente en redes sociales como

Facebook e Instagram. Además, se contará con sitio web para un mayor conocimiento del establecimiento, reservas, carta y eventos.

Un factor clave en la estrategia de marketing es la fidelización de clientes o consumidores finales, quienes representan cerca de un 37% de usuarios potenciales de las instalaciones de quinchos u arriendos para eventos. Esta fidelización se ejecutará mediante pago de membresías como socios lo que les permitirá acceder a promociones y descuentos en productos y servicios.

Para el primer año se proyecta un arriendo de un 74% de las instalaciones destinadas para Food truck y restaurantes y de un 100% a partir del 2do año. En cuanto al sector de quinchos se proyecta una utilización promedio anual de un 54%. El presupuesto de marketing para el primer año es de \$25 Mclp lo que representa cerca de un 10% de las ventas anuales. A partir del 2do año se estima un presupuesto promedio entorno al 6% de las ventas anuales.

El detalle se encuentra en la Parte I.

## **5. PLAN DE OPERACIONES**

### **5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones**

La estrategia establecida para el posicionamiento de “Estación 14 de Febrero” en la ciudad de Antofagasta, está directamente relacionada con el atractivo de su infraestructura y ambientación de su entorno, para hacer de este espacio un ambiente familiar de esparcimiento grato y único. Relacionado con lo anterior la estrategia de crecimiento está fuertemente correlacionado con el plan de marketing ligado a la difusión del centro a través de medios tradicionales locales como radio y televisión, como así también de medios de difusión digitales y masivos de redes sociales. En esta primera etapa de evaluación, se establece un periodo de 5 años, tomando en consideración una dotación permanente de 10 personas, de las cuales 7 son de staff y 3 asesores externos contratados mediante boleta de honorarios.

En términos de infraestructura, la capacidad establecida métrica del establecimiento es para el posicionamiento y locación de los siguientes sectores:

- **Sector de comida al aire libre:** este sector contempla 10 carros Food truck, 50 mesas con 4 sillas cada una otorgando una capacidad máxima de 200 personas. La razón establecida es de 5 mesas (20 personas) por carro de comida rápida. Se espera un crecimiento gradual de clientes durante el primer año, comenzando con 5 carros “Food truck” para el primer trimestre. (ver tabla 5.1.2)
- **Sector de comida en vagones:** la infraestructura contempla 3 vagones de trenes habilitados con sector de cocina en un extremo y 2/3 de su espacio habilitado con 8 mesas, 4 de ellas con capacidad para 4 personas y 4 con capacidad para 2 personas. La razón establecida es de 24 personas a capacidad máxima en su interior y 5 mesas adicionales por vagón habilitadas en su exterior con una capacidad adicional de atención para 20 personas, otorgando una capacidad total de 44 personas. Para el arranque se del establecimiento, se establece l arriendo de 1 vagón y crecimiento gradual hasta tener los 3 arrendados para el ultimo cuartil del primer año.
- **Sector de quinchos:** este sector estará habilitado con 20 quinchos tipo pérgolas con una superficie de 15-16 m<sup>2</sup> construidos c/u sobre una base de hormigón armado y techados.
- **Sector de muro de escalada:** se habilitará un sector para muro de escalda para niños con dimensiones de 2,5 metros de altura y 20 metros de largo sobre estructura de hormigón armado. Este sector será arrendado a terceros en concesión y contará con acceso controlado mediante venta de entrada y tiempo de permanencia (30 min mínimo)
- **Sector de juegos con toboganes para niños (Ham Kids):** se habilitará un sector de juegos para niños de altura máxima de 1,1 metros (3 a 10 años aprox.) y de dimensiones de 15 x 15 x 5 mt (Largo x Ancho x Alto). Este sector será

arrendado a terceros en concesión y contará con acceso controlado mediante venta de entrada y tiempo de permanencia (30 min mínimo)

- **Sector de juegos El vagón:** se habilitarán juegos en el sector de los quinchos y de acceso libre para los niños. Este contará con dos vagones especialmente habilitados para que los niños puedan jugar, convirtiéndose en el atractivo principal del centro. Se contempla a futuro poder incorporar una locomotora entregada como donación por parte de FCAB. Los vagones podrán ser arrendados por horas para eventos de cumpleaños u otros.

Tabla 5.1.1: Capacidad máxima de atención

Sector	Cantidad	Capacidad Máx. Exterior (personas)	Capacidad Máx. Interior (personas)	Capacidad Total
Food truck	10	20	-	200
Vagones	3	20	24	132
Quinchos	20	10	-	200
			<b>Total</b>	<b>532</b>

Fuente: elaboración propia

Tabla 5.1.2: Plan de implementación de sectores

Sector	MES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Food truck	3	3	3	5	5	5	8	8	8	10	10	10
Vagones restaurant	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3
Quinchos	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Muro de escalada	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Juego con toboganes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Juegos El Vagón	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Juego La Locomotora	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1

### 5.1.1. Procesos operativos

A continuación, se detalla el alcance de cada uno de los procesos claves del negocio, su implementación y recursos asociados:

- **Procesos operativos:** La decisión operacional de tercerizar los servicios a los clientes finales mediante arriendo en concesión los sectores, se basa en rentabilizar el uso de las dependencias. Esto se sustenta en el hecho de que en el sector de Food truck existirán alrededor de 10 alternativas gastronómicas para los clientes por lo que existirá una fuerte competencia entre ellos, pero otorgará a su vez una variada oferta gastronómica a los clientes. Sumado lo anterior al tercerizar y arrendar estos espacios se evita la administración directa del personal, compra de insumos y permisos correspondientes (sanitarios y otros). Para el sector de “restaurantes” en vagones el tercerizar este servicio se basa principalmente en la posibilidad de que se pueda cambiar fácilmente la oferta gastronómica, pudiendo en ciertos casos, los mismos arrendatarios de Food truck optar a la concesión de los vagones para aumentar su oferta gastronómica. El sector de quinchos no se subcontratará y será administrado internamente lo que permitirá generar fidelización de los clientes ya que el servicio será otorgado principalmente mediante reservas online. Los servicios de juegos, a saber, Ham Kids y muro de escalada serán entregados a terceros en concesión.

En términos de dotación, para el primer año se requiere contratar 1 administrador general, 1 recepcionista, 2 garzones y 2 auxiliares de aseo.

- **Procesos técnicos:** los procesos técnicos serán externalizados mediante contratos con terceros. Esto permitirá tener especialistas en las áreas de marketing digital, asesoría legal para confección de contratos de concesión, manejo de contabilidad y aquellos que requieran de soporte e infraestructura tecnológica para continuidad operacional

## 5.2. Flujo de operaciones

### 5.2.1. Procesos internos

Los procesos internos, son aquellos procesos que están directamente relacionados con las actividades claves del negocio y que impactan directamente en el grado de satisfacción del cliente, dentro de los cuales se encuentran:

- **Proceso de contratación:** el proceso de contratación estará a cargo del administrador, quien será el encargado y jefe directo del personal propio. El administrador velará por contratar el personal idóneo que se alinee con los targets y calidad de servicio que se desea brindar.
- **Proceso de selección de arrendatarios:** el proceso de selección de los arrendatarios estará a cargo del administrador y deberá ser visado por ambos socios quienes otorgaran el visto bueno para que el área legal proceda con la revisión de antecedentes financieros y confección del contrato.
- **Proceso de eventos:** el gerente general (socio 1) en conjunto con el administrador serán los encargados de la planificación de eventos
- **Proceso de relaciones públicas:** las relaciones publicas estarán a cargo el socio 2, quien velará por buscar convenios con entidades públicas y privadas, eventuales donaciones para el mejoramiento de los servicios y representatividad de la ciudad.

### 5.2.2. Procesos externos

- **Proceso de confección de contratos de arriendo:** el proceso de revisión de antecedentes de los arrendatarios estará a cargo de un estudio jurídico externo, quienes a su vez confeccionaran el contrato de arriendo entre las partes.
- **Proceso de cobranza:** en caso de retraso o mora en el pago de arriendo, el estudio jurídico externo será quien aplicará las cláusulas cobranza judicial y mora en caso de proceder.

- **Proceso de marketing y publicidad:** el proceso de marketing digital y publicidad de la marca en redes sociales será llevado a cabo por una empresa externa especialista.

### 5.2.3. Procesos de cara al cliente

A continuación, se muestra el diagrama de flujo de los principales servicios ofertados al cliente. En él se puede apreciar aquellos procesos que serán llevados a cabo directamente por el cliente para lo cual se le brindará orientación y asistencia en caso de ser necesario, como así también el servicio de preparación de los productos que será llevado a cabo por outsourcing.

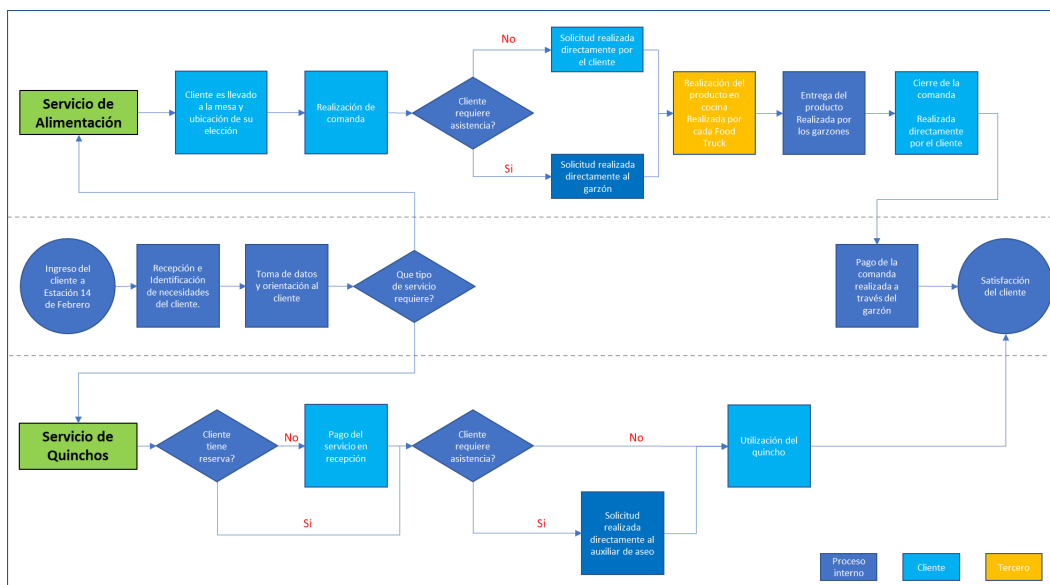


Figura 5.2.3.1: Flujograma de servicio de alimentación y arriendo de quinchos

### 5.3. Plan de desarrollo e implementación

Como primer paso dentro del plan de implementación se encuentra la obtención del terreno en concesión por parte de la municipalidad, se ha establecido un plazo de 6 meses para la implementación de todas las actividades necesarias que deberán ser llevadas a cabo previa la apertura del centro de eventos. Este plazo puede verse



modificado conforme los tiempos de aprobación de los permisos legales correspondientes, a saber, permisos de obras viales otorgados por la municipalidad, permisos sanitarios otorgados por el servicio de salud, entre otros. Bajo esta contingencia es que la contratación del personal será aplazada conforme se visualicen eventuales atrasos. En términos de autorización de permisos sanitarios para manipulación y preparación de alimentos, cada arrendatario será responsable de obtener su permiso, requisito obligatorio al momento de suscribir contrato de arriendo de espacio al interior del centro recreacional y gastronómico Estación 14 de febrero.

Tabla 5.3.1: Plan de implementación y costo de inversión

Ítem	Actividad	Meses						0° Inicio
		1	2	3	4	5	6	
1	Constitución empresa	\$ 1.000.000						
2	Obtención permiso de terreno en concesión	\$ 2.000.000						
3	Layout en detalle elaborado por arquitecto	\$ 1.500.000						
4	Planos eléctricos y sanitario	\$ 1.000.000						
5	Constructora	\$ 34.377.348	\$ 34.377.348	\$ 34.377.348	\$ 34.377.348	\$ 45.836.464	\$ 45.836.464	
6	Traslado de vagones			\$ 5.000.000	\$ 5.000.000			
7	Adquisición de activos (muro, juegos, mesas)		\$ 8.075.470	\$ 8.075.470	\$ 8.075.470	\$ 8.075.470	\$ 8.075.470	
8	Contratación servicios (internet, telefonía)					\$ 120.000	\$ 120.000	
9	Permisos municipales, patentes comerciales					\$ 200.000	\$ 200.000	
10	Contratación personal					\$ 15.472.380	\$ 15.472.380	
11	Marketing & Publicidad				\$ 8.292.247	\$ 8.292.247	\$ 8.292.247	
12	Desarrollo Intranet y página web			\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	
13	Vagones de trenes (donados por FCAB)							
14	Apertura Local (contratación de medio gráficos, promotoras)						\$ 5.500.000	
<b>Gastos de implementación (inversión)</b>		<b>\$ 39.877.348</b>	<b>\$ 42.452.818</b>	<b>\$ 47.952.818</b>	<b>\$ 56.245.064</b>	<b>\$ 78.496.560</b>	<b>\$ 83.996.560</b>	
		<b>\$</b>					<b>349.021.168</b>	

El costo de implementación (tabla 5.3.1) se ha estimado en \$349 millones de pesos chilenos, de los cuales el ítem 5 relacionado con la construcción se considera como el principal ítem con un 72% de la inversión en un periodo de 6 meses, seguido a continuación por el ítem 7 correspondiente a adquisición de activos (muros de escalada, juegos infantiles, mesas entre otros) con un 13% y por último los ítem 11 de marketing y 10 de contratación de personal con un 6% y 4% respectivamente de inversión para un plazo de 3 y 2 meses respectivamente previo el inicio del servicio.

#### 5.4. Dotación

Para la estimación de la dotación en el tiempo (ver Tabla 5.4.1) se han definido los siguientes supuestos:

- Se mantienen las estimaciones de crecimiento proyectadas para los 10 años.

- No se modifica la legislación laboral en el periodo de tiempo a evaluar.
- El 49% del paquete accionario se vende en el quinto año.

Los cargos que darán sustento al plan de operaciones son los siguientes:

- Directores (inversionistas)
- Administrador
- Recepcionista
- Auxiliares de Aseo
- Garzones
- Marketing digital
- Abogado
- Contador
- Diseño y tecnología

Tabla 5.4.1: Proyección de la dotación en función de los cargos disponibles.

Dotación	Aporte	Año									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Directorio (socios)	Propio	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Administrador	Propio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Recepcionista	Propio	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Auxiliar de aseo	Propio	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Garzones	Propio	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Marketing digital	Externo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Estudio Jurídico	Externo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Contadora	Externo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Tecnología	Externo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	<b>Sub-Total Propios</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
	<b>Sub-Total Externos</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
	<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>

Todo el proceso de reclutamiento será responsabilidad del Gerente General, adicionalmente generará un programa de capacitación anual en base a lo establecido en el descriptor de cargo y definirá los tópicos a considerar en el proceso de inducción para el nuevo personal (1/2 día).

Tabla 5.4.2: Plan de remuneraciones dotación

<b>Remuneración mensual (costo empresa)</b>	<b>Directorio (socios)</b>	<b>Administrador</b>	<b>Recepcionista</b>	<b>Auxiliar de aseo</b>	<b>Garzones</b>	<b>Marketing digital</b>	<b>Estudio Jurídico</b>	<b>Contadora</b>	<b>Tecnología</b>
Sueldo Base	\$ 5.000.000	\$ 1.000.000	\$ 450.000	\$ 330.000	\$ 390.000	\$ 246.914	\$ 222.222	\$ 111.111	\$ 222.222
Gratificación		\$ 128.844	\$ 112.500	\$ 82.500	\$ 97.500				
Alimentación y Transporte		\$ 94.500	\$ 94.500	\$ 94.500	\$ 94.500				
Provisión Feriado Legal		\$ 65.849	\$ 32.813	\$ 24.063	\$ 28.438				
Provisión Indemnización Años Servicios		\$ 94.070	\$ 46.875	\$ 34.375	\$ 40.625				
Aportes patronales		\$ 10.724	\$ 5.344	\$ 3.919	\$ 4.631				
Seguro Cesantía		\$ 27.092	\$ 13.500	\$ 9.900	\$ 11.700				
<b>Total (\$)</b>	<b>\$ 5.000.000</b>	<b>\$ 1.421.080</b>	<b>\$ 755.531</b>	<b>\$ 579.256</b>	<b>\$ 667.394</b>	<b>\$ 246.914</b>	<b>\$ 222.222</b>	<b>\$ 111.111</b>	<b>\$ 222.222</b>

## 6. EQUIPO DEL PROYECTO

A continuación, se detalla el equipo gestor que llevará a buen término este proyecto y la estructura organizacional que lo soportará durante su implementación, como así también el equipo externo que dará soporte en ciertas actividades críticas.

### 6.1. Equipo Gestor

El equipo gestor del proyecto estará conformado principalmente por ambos socios, quienes cumplirán roles de directores y otros cargos relacionados al negocio como Gerente General. En reuniones de directorio en que se deban tomar decisiones estratégicas para el negocio, se invitará a sesionar a personas claves como el administrador, asesor legal y contador.

A continuación, se detalla un breve resumen del equipo gestor:

- **Rodolfo Ramos:** profesional con basta trayectoria implementando proyectos de mejora continua. Asumirá el rol de Gerente Marketing durante el primer año y será el responsable de los temas relacionados con aspectos operacionales, tecnológicos, de publicidad y marketing.
- **Felipe Pontanilla:** profesional que cuenta con trayectoria liderando equipos de trabajo, desempeñado cargos comerciales y administrando contratos. Cumplirá el rol de Gerente General durante el primer año, tiempo después del cual se evaluará su continuidad o rotación con el otro socio. Se encargará de los temas financieros y contables del negocio.
- **Alejandro Sanchez:** profesional ligado al mundo político, con connotada trayectoria en el área de recursos humanos y relacionamiento público. Se desempeñará como Gerente de HHRR y será el encargado de gestionar los permisos legales con soporte del área legal, selección y contratación del

personal, relacionamiento con los medios y proveedores para generación de eventos.

- Los aspectos relacionados con el manejo de marketing digital, contabilidad y confección de contratos serán externalizados a empresas y/o profesionales especialistas en cada área.

## 6.2. Estructura organizacional

Los cargos y funciones esenciales dentro de la estructura organizacional son los siguientes:

- **Directores:** su función principal es la de evaluar y aprobar los planes estratégicos del negocio de largo plazo, basados en el crecimiento y potencial escalabilidad. El Directorio estará conformado por los dos socios fundadores y ampliado con la participación de directores asesores externos para la toma de decisiones críticas en materias de inversiones, salida y/o apertura de nuevas sucursales en otras comunas, entre otros.
- **Gerente General:** es el responsable principal de ejecutar los planes aprobados por el directorio en el corto plazo. Las funciones serán asumidas por uno de los socios durante el primer año, periodo durante el cual se evaluará su continuidad para los siguientes años. Estará encargado de asegurar el cumplimiento al más alto nivel de todos los aspectos legales y financieros del negocio.
- **Gerente de marketing:** esa responsabilidad será asumida por el socio 2 durante el primer año, periodo durante el cual se evaluará su continuidad. Es el encargado de ejecutar el plan de marketing acordado por el directorio y buscar patrocinio y/o donaciones de empresas mineras u otros.
- **Asesor legal y de HHRR (externo):** responsable de asegurar cumplimiento de las leyes laborales de los trabajadores y terceros. Estará encargado del proceso de contratación y generación de contratos del personal, concesionarios y proveedores. Podrá formar parte del directorio ad honorem cuando así se

requiera y estará dentro de sus funciones mínimas el mantener reunión al menos 1 vez al mes con el directorio.

- **Asesor de Marketing (externo):** responsable de ejecutar el plan de marketing aprobado por el directorio. Será el encargado de la mantención de publicaciones en las redes sociales, generación de videos promocionales, toma de fotografías de eventos y promoción en medios de comunicación de radio y televisión. Podrá formar parte del directorio ad honorem cuando así se requiera y estará dentro de sus funciones mínimas el mantener reunión al menos 1 vez al mes con el directorio.
- **Administrador:** esta persona debe ser de total confianza y contar con experiencia en la administración de negocios de arriendo y servicio al cliente. Será el encargado de ejecutar la operación diaria del establecimiento. Estará fuertemente ligado y apoyado por los asesores externos y será también el encargado de gestionar convenios con entidades, proveedores y generación de eventos.
- **Recepcionista:** la recepcionista deberá mantener una presentación personal adecuada y buen trato, pues será la persona que recibirá a los clientes en el acceso y les conducirá según sus necesidades de atención. Será la encargada de mantener una base de datos con información relevante de los clientes, recibir los reclamos y promocionar membresías con los beneficios asociados.
- **Garzones / meseros:** serán los encargados de conducir a los clientes a sus mesas e interactuarán directamente con ellos para la toma y entrega de sus pedidos y para el cobro. Son las principales personas, por lo que su presentación personal deberá ser intachable, como así también la afabilidad que mantengan
- **Auxiliar de aseo:** será la persona encargada de mantener el aseo en las dependencias.

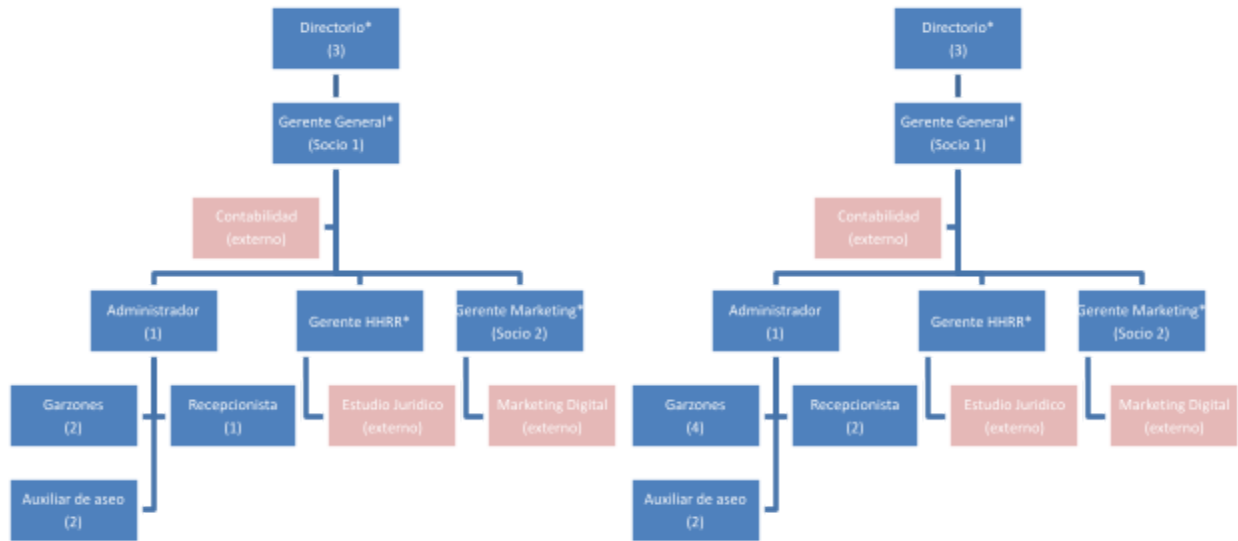


Figura 6.2.1: Estructura organizacional al año 1 y año 2

### 6.3. Incentivos y compensaciones

Como se mencionó anteriormente, durante el primer año el equipo gestor del negocio asumirá también roles dentro de la organización. La participación de cada socio será de manera part-time y se podrá incrementar y/o disminuir de manera gradual dependiendo de las necesidades inherentes del negocio. Sin embargo, en las etapas iniciales del proyecto, como son la implementación y puesta en marcha, se estima que ambos socios destinen al menos un 50% de su tiempo a la gestión del negocio.

Para efectos de sesión de directorio, en un comienzo se establecerán reuniones de manera mensual. En estas sesiones se incorporará un tercer director (Gerente HHRR) y dependiendo de la naturaleza o necesidad se evaluará también la alternativa de invitar al encargado externo del área de marketing, contabilidad y/o legal. Esta actividad será establecida como requisito en los contratos de outsourcing y formará parte de las obligaciones a desempeñar por ellos y quedaran contempladas dentro las obligaciones y remuneración acordada.

En términos de compensación para el personal interno, estas se regirán conforme las leyes establecidas de salario mínimo, procurando mantener concordancia entre los cargos y funciones a desempeñar. Se manejará una banda salarial de más menos un 10% para nuevas contrataciones y esta dependerá del grado de experiencia de los candidatos. Con todo existirá un reajuste salarial anual conforme el IPC acumulado.

A continuación, se muestra en detalle la tabla con la estructura de remuneración por cargo a desempeñar:

Tabla 6.3.1: Estructura de remuneración por cargo

Remuneración mensual (costo empresa)	Directorio (socios)	Administrador	Recepcionista	Auxiliar de aseo	Garzones	Marketing digital	Estudio Jurídico	Contadora	Tecnología
Sueldo Base	\$ 555.556	\$ 1.000.000	\$ 450.000	\$ 330.000	\$ 390.000	\$ 246.914	\$ 222.222	\$ 111.111	\$ 222.222
Gratificación		\$ 128.844	\$ 112.500	\$ 82.500	\$ 97.500				
Alimentación y Transporte		\$ 94.500	\$ 94.500	\$ 94.500	\$ 94.500				
Provisión Feriado Legal		\$ 65.849	\$ 32.813	\$ 24.063	\$ 28.438				
Provisión Indemnización Años Servicios		\$ 94.070	\$ 46.875	\$ 34.375	\$ 40.625				
Aportes patronales		\$ 10.724	\$ 5.344	\$ 3.919	\$ 4.631				
Seguro Cesantía		\$ 27.092	\$ 13.500	\$ 9.900	\$ 11.700				
<b>Total (\$)</b>	<b>\$ 555.556</b>	<b>\$ 1.421.080</b>	<b>\$ 755.531</b>	<b>\$ 579.256</b>	<b>\$ 667.394</b>	<b>\$ 246.914</b>	<b>\$ 222.222</b>	<b>\$ 111.111</b>	<b>\$ 222.222</b>

Fuente: elaboración propia



## 7. PLAN FINANCIERO

### 7.1. Supuestos utilizados para las estimaciones

En la siguiente tabla se establecen los supuestos empleados para el análisis y estimación de los indicadores de rendimiento financiero del proyecto:

Tabla 7.1.1: Supuestos empleado para análisis financiero del proyecto

<b>Antecedentes</b>	<b>Valor Fuente</b>
IPC anual	3,70% <a href="http://www.bcentral.cl">www.bcentral.cl</a>
Tasa de primera categoría 2018 y siguientes UF (15.04.2020)	27,00% <a href="http://www.sii.cl/preguntas_frecuentes/renta/001_002_4708.htm">http://www.sii.cl/preguntas_frecuentes/renta/001_002_4708.htm</a>
Ingreso mínimo mensual a partir del 01.03.2020	\$ 28.647,79 <a href="http://www.sii.cl">www.sii.cl</a>
Tope imponible cotizaciones obligatorias (UF)	\$ 325.500 <a href="https://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-60141.html">https://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-60141.html</a>
Tope imponible cotizaciones obligatorias (\$) 15.04.2020	80,2 <a href="https://www.spensiones.cl/portal/institucional/594/w3-article-13843.html">https://www.spensiones.cl/portal/institucional/594/w3-article-13843.html</a>
	\$ 2.297.553 Propia
<b>Ingresos</b>	<b>Valor Fuente</b>
Estacionalidad durante los meses de: marzo	mes Propia
Tasa de ocupación media mensual	30% <a href="http://www.subturismo.gob.cl">http://www.subturismo.gob.cl</a>
Distribución de Espacios:	
Para restaurante tipo Food Truck	10 Propia
Para restaurante tipo Food Truck en vahoques de trenes	3 Propia
Para juegos infantiles con entrada	2 Propia
Para juegos infantiles de acceso libre	2 Propia
Para Quinchos	20 Propia
Valores de arriendo de espacios (mensuales)	
Para restaurante tipo Food Truck	\$ 500.000 Propia
Para restaurante tipo Food Truck en vahoques de trenes	\$ 1.500.000 Propia
Para juegos infantiles con entrada	\$ 500.000 Propia
Para juegos infantiles de acceso libre	n/a Propia
Valores de arriendo de quinchos por hora	
Arriendo por 1 hora	\$ 12.000 Propia
Arriendo por 2 hora	\$ 22.800 Propia
Arriendo por 3 hora	\$ 32.400 Propia
Arriendo por 4 hora	\$ 40.800 Propia
Valores de arriendo de vagoques de juegos por hora	
Arriendo por 1 hora	\$ 60.000 Propia
Arriendo por 2 hora	\$ 114.000 Propia
Arriendo por 3 hora	\$ 162.000 Propia
Arriendo por 4 hora	\$ 204.000 Propia
Membresías	Proporcional Propia: proporcional de acuerdo a la tasa de ocupación y fidelización
Porcentaje de fidelización de clientes con membresías	20% Propia
Valor mensual de membresía	\$50.000 Propia
<b>Costos y Gastos</b>	<b>Valor Fuente</b>
Remuneraciones del personal	Proporcionales Propia: Remuneraciones proporcionales al cargo a desempeñar y conforme mercado
Remuneración de los directores	Proporcionales Propia
Reajuste valores de arriendos y remuneraciones	Var. % IPC INE: anual
<b>Financiamiento</b>	<b>Valor Fuente</b>
Tasa de crédito (anual) con cuota fija	7,7% Banco BCI

## 7.2. Estimación de ingresos

La estimación de ingresos de Estación 14 de Febrero está directamente relacionado con el plan de arriendo de los espacios de vagones y carros. Es así como la puesta en marcha se hará una vez se tenga al menos un 50% de los espacios arrendados para carros de comida rápida tipo Food truck (5 de 10) y 50% de los vagones arrendados (1 de 2) para comida gourmet.

A continuación, se muestra un resumen de las fuentes de ingresos que tendrá Estación 14 de Febrero. En ello se puede apreciar la versatilidad y potencialidad que tendrá el proyecto de incorporar nuevas y variadas formas de generación de ingresos



Figura 7.2.1: Fuentes de ingreso Estación 14 de Febrero

La estimación de ingresos se realizó de manera mensual para el primer año y se proyectó para un periodo de 10 años. Como se puede apreciar en la siguiente tabla resumen, los mayores ingresos están dados por el arriendo mensual de los espacios de comida y juegos con un 36%, seguido por el arriendo de espacios para eventos y quinchos con un 26% y 24% respectivamente. Para determinar los ingresos y costos se consideró un aumento de precios según IPC, por lo que el factor inflacionario de encuentra incluido en su cálculo.

Tabla 7.2.1: Estimación de ingresos anuales para el primer año y proyectados para los 10 años

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS POR ACTIVIDAD A-B-C-D</b>	\$ 248.767.400	\$ 293.080.881	\$ 357.588.503	\$ 382.494.437	\$ 403.114.117	\$ 420.374.262	\$ 432.057.174	\$ 436.221.290	\$ 434.364.869	\$ 426.738.241
A - Arriendo de espacios	\$ 90.500.000	\$ 93.848.500	\$ 97.320.895	\$ 100.921.768	\$ 104.655.873	\$ 108.528.140	\$ 112.543.681	\$ 116.707.798	\$ 121.025.986	\$ 125.503.948
Tasa de ocupación	74%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
B - Arriendo de quinchos	\$ 59.306.400	\$ 70.164.250	\$ 91.169.722	\$ 98.458.172	\$ 104.360.362	\$ 108.493.014	\$ 110.725.468	\$ 110.725.468	\$ 108.493.014	\$ 104.130.148
Tasa de ocupación	32%	37%	48%	52%	55%	57%	58%	58%	57%	55%
C - Arriendo de vagones para eventos	\$ 34.362.000	\$ 37.779.984	\$ 49.234.686	\$ 52.998.996	\$ 56.103.774	\$ 58.387.248	\$ 59.538.318	\$ 59.538.318	\$ 58.387.248	\$ 56.103.774
Tasa de ocupación	32%	38%	49%	53%	56%	59%	60%	60%	59%	56%
D - Otros ingresos	\$ 64.599.000	\$ 91.288.147	\$ 119.863.201	\$ 130.115.501	\$ 137.994.109	\$ 144.965.860	\$ 149.249.707	\$ 149.249.707	\$ 146.458.621	\$ 141.000.372
D.1 - Membresías										
Ingresos D.1	\$ 10.650.000	\$ 20.584.450	\$ 26.702.750	\$ 28.880.450	\$ 30.591.500	\$ 31.835.900	\$ 32.458.100	\$ 32.458.100	\$ 31.784.050	\$ 30.539.650
D.2 - Venta de bebidas y tragos										
Ingresos D.2	\$ 10.449.000	\$ 17.816.697	\$ 23.162.951	\$ 25.015.551	\$ 26.516.609	\$ 27.577.460	\$ 28.128.107	\$ 28.128.107	\$ 27.566.571	\$ 26.463.722
D.3 - Arriendo para fiestas navideñas u otros										
Tasa de ocupación	20%	24%	31%	34%	36%	38%	40%	40%	39%	38%
Ingresos D.3	\$ 43.500.000	\$ 52.887.000	\$ 69.997.500	\$ 76.219.500	\$ 80.886.000	\$ 85.552.500	\$ 88.663.500	\$ 88.663.500	\$ 87.108.000	\$ 83.997.000

De la tabla es menester destacar que se establece una tasa de ocupación del 100% a partir del segundo año para el sector dedicado al arriendo de espacios para Food truck de comida rápida y restaurantes. El primer año se tiene una tasa de ocupación promedio de un 74% dado que se establece como cota mínima de arriendo para poner en marcha el local el 53% de las instalaciones.

En cuanto al sector de quinchos la tasa de ocupación promedio anual es cercana a un 51%. Esto va en directa relación a que, de los 6 días de la semana disponibles para el arriendo de estas dependencias, se espera que la demanda se concentre los fines de semana entre los viernes, sábados y domingos. Misma situación ocurre para el sector de arriendo de vagones para eventos con un promedio anual de un 52%.

En cuanto al arriendo de las instalaciones para eventos particulares como fiestas navideñas de empresas, matrimonios u otros, se estima que la tasa de ocupación promedio anual será cercana a un 34%, concentrándose la demanda en el último trimestre del año.

La estimación de los ingresos mensuales para el primer año se muestra en detalle en el Anexo 3.

### 7.3. Plan de inversiones (inicial y futuro): Monto total necesario para el negocio y plazos

#### 7.3.1. Inversiones en Activos fijos

A continuación, se muestra un resumen del plan de inversiones para la puesta en marcha del proyecto y también las inversiones proyectadas necesarias en cada uno de los años para mantenimiento y/o renovación del mobiliario y los inmuebles.

Tabla 7.3.1.1: Inversiones iniciales y futuras en activos fijos

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ACCELERADA	Año												
			0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	40	13	\$ 134.188.641		\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864
Muebles y enseres	7	2	\$ 55.911.934		\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)	10	3	\$ 41.933.950		\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)	10	3	\$ 27.955.967		\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477
Tablet, computadores, sistema de red	6	2	\$ 13.977.983			\$ 6.988.992			\$ 3.494.496				\$ 1.747.248		
Equipos de audio y vídeo	5	1	\$ 5.591.193			\$ 2.795.597			\$ 1.397.798				\$ 698.899		
		Total (\$)	\$ 279.559.668	\$ -	\$ 23.483.012	\$ 33.267.600	\$ 23.483.012	\$ 23.483.012	\$ 23.483.012	\$ 23.483.012	\$ 23.483.012	\$ 23.483.012	\$ 23.483.012	\$ 25.929.159	\$ 23.483.012

Las inversiones proyectadas para mantenimiento de las instalaciones se estiman en cerca de un 8% anual de la inversión inicial, excepto para el año donde se renovarán los activos fijos computacionales y tecnología, empleando para ello un monto cercano al 12% de la inversión inicial

#### 7.3.2. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad es aquello que renunciamos cuando tomamos una decisión de inversión y viene dado por el costo de los recursos que dejamos de percibir por el hecho de no haber optado por la mejor alternativa disponible en ese momento.

Es así como se tiene que la inversión requerida antes de la puesta en marcha del proyecto es de \$349.021.168 millones de pesos y se requerirán en un horizonte de tiempo de 6 meses, por lo que su costo de oportunidad considerando una tasa de descuento de 0,84% mensual es de \$8.997.908 pesos

Tabla 7.3.2.1: Costo de oportunidad

Ítem	Actividad	Meses						0' Inicio
		1	2	3	4	5	6	
1	Constitución empresa	\$ 1.000.000						
2	Obtencion permiso de terreno en concesión	\$ 2.000.000						
3	Layout en detalle elaborado por arquitecto	\$ 1.500.000						
4	Planos eléctricos y sanitario	\$ 1.000.000						
5	Constructora	\$ 34.377.348	\$ 34.377.348	\$ 34.377.348	\$ 34.377.348	\$ 45.836.464	\$ 45.836.464	
6	Traslado de vagones			\$ 5.000.000	\$ 5.000.000			
7	Adquisición de activos (muro, juegos, mesas)		\$ 8.075.470	\$ 8.075.470	\$ 8.075.470	\$ 8.075.470	\$ 8.075.470	
8	Contratación servicios (internet, telefonía)					\$ 120.000	\$ 120.000	
9	Permisos municipales, patentes comerciales					\$ 200.000	\$ 200.000	
10	Contratación personal					\$ 15.472.380	\$ 15.472.380	
11	Marketing & Publicidad				\$ 8.292.247	\$ 8.292.247	\$ 8.292.247	
12	Desarrollo Intranet y página web			\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	
13	Vagones de trenes (donados por FCAB)							
14	Apertura Local (contratacion de medio graficos, promotoras)						\$ 5.500.000	
<b>Gastos de implementación (inversión)</b>		<b>\$ 39.877.348</b>	<b>\$ 42.452.818</b>	<b>\$ 47.952.818</b>	<b>\$ 56.245.064</b>	<b>\$ 78.496.560</b>	<b>\$ 83.996.560</b>	
							<b>349.021.168</b>	
Tasa dscto (mes)		-6	-5	-4	-3	-2	-1	
0,84%		<b>41.939.413</b>	<b>44.274.458</b>	<b>49.591.988</b>	<b>57.680.957</b>	<b>79.826.910</b>	<b>84.705.351</b>	<b>\$ 358.019.076</b>
							<b>Costo de oportunidad</b>	<b>\$ -8.997.908</b>

## 7.4. Proyecciones de Estados de resultados

En la siguiente tabla se muestran las proyecciones de los estados de resultados para los 10 años del proyecto y las utilidades obtenidas después de impuesto (resultado del ejercicio).

Tabla 7.4.1: Estado de resultados año 1 al 10

AÑO	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	248.767.400	293.080.881	357.588.503	382.494.437	403.114.117	420.374.262	432.057.174	436.221.290	434.364.869	426.738.241
Costos de Servicio (-)	-10.490.000	-12.358.607	-15.078.758	-16.128.989	-16.998.478	-17.726.302	-18.218.946	-18.394.538	-18.316.256	-17.994.657
Margen Bruto	238.277.400	280.722.274	342.509.745	366.365.448	386.115.639	402.647.960	413.838.228	417.826.752	416.048.613	408.743.583
Gastos Operacionales (-)	-78.815.610	-82.635.220	-87.304.116	-89.233.606	-90.786.585	-102.581.620	-103.857.088	-104.661.464	-105.193.518	-105.559.790
Margen Operacional	159.461.790	198.087.054	255.205.629	277.131.842	295.329.055	300.066.340	309.981.139	313.165.288	310.855.095	303.183.794
Gastos de Administración (-)	-126.666.667	-131.353.333	-136.213.407	-141.253.303	-146.479.675	-151.899.423	-157.519.702	-163.347.930	-169.391.804	-175.659.301
EBITDA	32.795.123	66.733.721	118.992.222	135.878.539	148.849.380	148.166.917	152.461.438	149.817.357	141.463.291	127.524.493
Depreciación (-)	-77.251.655	-77.251.655	-54.374.355	-32.062.831	-30.804.813	-36.633.632	-38.590.550	-41.316.256	-50.530.077	-69.213.982
Amortización (-)	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150
EBIT	-51.402.682	-17.464.084	57.671.716	96.869.558	111.098.417	104.587.135	106.824.738	101.554.951	83.987.064	51.364.361
Intereses (-)										
UAI	-51.402.682	-17.464.084	57.671.716	96.869.558	111.098.417	104.587.135	106.824.738	101.554.951	83.987.064	51.364.361
Impuesto (-)	0	0	0	-23.132.117	-29.996.573	-28.238.527	-28.869.679	-27.419.837	-22.676.507	-13.868.378
UDI	-51.402.682	-17.464.084	57.671.716	73.737.441	81.101.844	76.348.609	78.055.059	74.135.114	61.310.557	37.495.984

Durante el primer año de ejercicio las utilidades después de impuestos son bajas por cuanto durante este año se tiene presupuestado un ramp up y arriendo progresivo de los espacios, como así también un incremento paulatino de clientes a medida que se masifique en los medios. Otro factor importante a considerar está dado por que los

costos fijos en términos de personal desde el primer mes son los mínimos requeridos para arrancar el servicio y dar continuidad operacional, los que se incrementan a partir del segundo año ya teniendo el 100% de las instalaciones arrendadas.

La tasa de crecimiento anual considerada para la proyección de ingresos es bastante agresiva para el segundo y tercer año, con un 15% y 30% de crecimiento respecto del año anterior, adicional al reajuste por IPC en las tarifas de arriendo y membresías. Esto se fundamenta en el incremento exponencial que se tendrá de la demanda por la difusión del local dada sus particularidades de oferta en entretenimiento para la ciudad, consiguiendo maximizar los ingresos por membresías y eventos. A partir del 4to año los ingresos se incrementan de manera más conservadora para comenzar a decaer a partir del 8vo año. Si bien los ingresos se incrementan, existen inversiones a partir del segundo año consideradas para el mantenimiento y reposición de aquellos mobiliarios deteriorados por su uso y que permitirán extender su vida útil y atractivo.

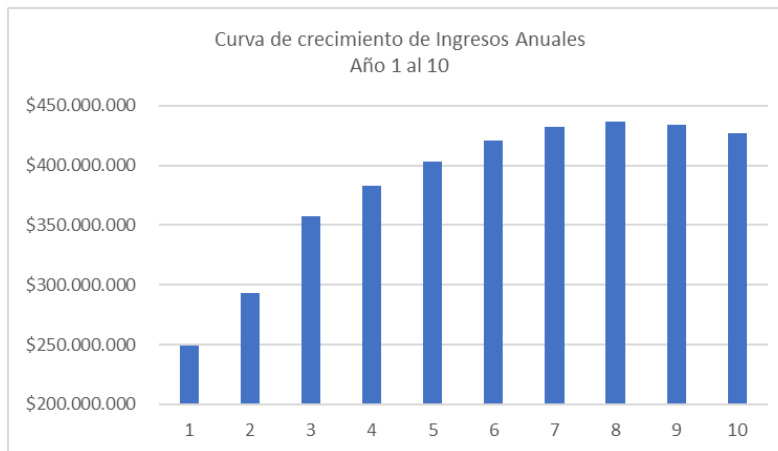


Figura 7.4.1: Curva de crecimiento de ingresos anuales

## 7.5. Proyecciones de Flujo de caja (posición de flujos de la empresa)

La siguiente tabla muestra las proyecciones del flujo de caja del proyecto. En el posible establecer, para un periodo futuro, el movimiento de efectivo, en cuanto a entradas, salidas y saldo obtenido en dicho periodo.

Tabla 7.5.1 Proyección Flujo de Caja año al 10

AÑO	0	2021 1	2022 2	2023 3	2024 4	2025 5	2026 6	2027 7	2028 8	2029 9	2030 10
<b>UDI</b>		<b>-51.402.682</b>	<b>-17.464.084</b>	<b>57.671.716</b>	<b>73.737.441</b>	<b>81.101.844</b>	<b>76.348.609</b>	<b>78.055.059</b>	<b>74.135.114</b>	<b>61.310.557</b>	<b>37.495.984</b>
Depreciación (+)		77.251.655	77.251.655	54.374.355	32.062.831	30.804.813	36.633.632	38.590.550	41.316.256	50.530.077	69.213.982
Amortización intangible (+)		6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150
Valor libro (+)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Resultado operacional neto</b>		<b>32.795.123</b>	<b>66.733.721</b>	<b>118.992.222</b>	<b>112.746.422</b>	<b>118.852.807</b>	<b>119.928.391</b>	<b>123.591.759</b>	<b>122.397.521</b>	<b>118.786.784</b>	<b>113.656.116</b>
Inversión inicial en activos fijos (-)		-279.559.668									
Inversión inicial en activos intangibles (-)		-69.461.500									
Costo Oportunidad (-)		-8.997.908									
Inversión en capital de trabajo (-)		-25.683.415	0	0	0	0	0	0	0	0	25.683.415
Inversión de reemplazo (-)		0	-23.483.012	-33.287.600	-23.483.012	-23.483.012	-28.375.306	-23.483.012	-23.483.012	-25.929.159	-23.483.012
Inversión de ampliación (-)											
Valor de Desecho económico (+)						0					460.621.541
<b>FC Efectivo</b>	<b>-383.702.491</b>	<b>32.795.123</b>	<b>43.250.709</b>	<b>85.724.621</b>	<b>89.263.410</b>	<b>95.369.795</b>	<b>91.553.084</b>	<b>100.108.746</b>	<b>98.914.508</b>	<b>92.857.625</b>	<b>576.478.059</b>
Patrimonio Adicional (+)											
Deuda Neta (+)											
Deuda Adicional											
Amortización Deuda Actual											
<b>Flujo Caja Neto</b>	<b>-383.702.491</b>	<b>32.795.123</b>	<b>43.250.709</b>	<b>85.724.621</b>	<b>89.263.410</b>	<b>95.369.795</b>	<b>91.553.084</b>	<b>100.108.746</b>	<b>98.914.508</b>	<b>92.857.625</b>	<b>576.478.059</b>

Como se puede apreciar, la inversión inicial del proyecto corresponde a \$384 millones de pesos y será financiado en partes iguales por los socios mediante capital propio o a través de crédito personal bancario a plazo con una tasa de interés anual (referencia tasa de interés de 7,7% anual a 60 meses plazo).

De la tabla es posible apreciar entonces que el “Payback” o periodo de recuperación de la inversión inicial se produce al sexto año del proyecto.

Tabla 7.5.2: Payback del proyecto

Periodo	Flujo Anual	Flujo acumulado
1	\$ 32.795.123	\$ 32.795.123
2	\$ 43.250.709	\$ 76.045.832
3	\$ 85.724.621	\$ 161.770.453
4	\$ 89.263.410	\$ 251.033.863
5	\$ 95.369.795	\$ 346.403.658
6	\$ 91.553.084	\$ 437.956.743
7	\$ 100.108.746	\$ 538.065.489
8	\$ 98.914.508	\$ 636.979.997
9	\$ 92.857.625	\$ 729.837.622
10	\$ 576.478.059	\$ 1.306.315.682

## 7.6. Cálculo de tasa de descuento

El cálculo de la tasa de descuento del proyecto se realizó considerando el modelo de valorización de activos de capital CAPM para de este modo determinar el retorno de los activos. Este modelo emplea como fundamento que la única fuente de riesgo que afecta la inversión es el riesgo de mercado, medido a través de la componente beta (B), que correlaciona el riesgo de la empresa con el riesgo del mercado <sup>1</sup>

La tasa de descuento se obtiene mediante la siguiente ecuación:

$$Tasa\ de\ descuento = ke = Rf + [E(Rm) - Rf] * Bi + Premio\ por\ liquidez + Premio\ Startup$$

Donde se tiene que:

Tabla 7.6.1: Tabla Rendimiento nominal bursátil de Índice General de Precios de Acciones (IGPA) del mercado chileno

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
2015	0,69%	-4,17%	4,18%	-3,73%	-0,41%	-0,76%	-3,48%	0,19%	2,80%	-1,38%	3,18%	-0,58%	-3,47%
2016	0,51%	0,09%	5,68%	1,86%	-1,21%	1,59%	3,26%	0,30%	-1,87%	6,87%	-1,88%	-1,36%	13,84%
2017	1,23%	3,92%	9,89%	0,50%	1,10%	-2,33%	6,41%	1,64%	3,71%	5,04%	-10,21%	11,18%	32,08%
2018	5,14%	-4,38%	-1,41%	3,47%	-3,74%	-2,83%	1,93%	-2,82%	1,11%	-3,37%	-0,05%	-0,06%	-7,01%
2019	5,27%	-1,90%	-0,57%	-1,17%	-3,72%	1,70%	-1,94%	-3,96%	4,85%	-6,35%	-4,75%	3,03%	-9,51%
Promedio mensual	0,43%												
Promedio anual	5,19%												

Tabla 7.6.2: Tabla Rendimiento del Índice de Precios al Consumidor (IPC)

<sup>1</sup> N. Sapag Chain, R. Sapag Chain y J.M. Sapag P. Preparación y Evaluación de Proyectos, Sexta edición, Capítulo 16



Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
2015	0,10%	0,40%	0,60%	0,60%	0,20%	0,50%	0,40%	0,70%	0,50%	0,40%	0,00%	0,00%	4,40%
2016	0,50%	0,30%	0,40%	0,30%	0,20%	0,40%	0,20%	0,00%	0,20%	0,20%	0,10%	-0,20%	2,60%
2017	0,50%	0,20%	0,40%	0,20%	0,10%	0,40%	0,20%	0,20%	-0,20%	0,60%	0,10%	0,10%	2,80%
2018	0,50%	0,00%	0,20%	0,30%	0,30%	0,10%	0,40%	0,20%	0,30%	0,40%	0,00%	-0,10%	2,60%
2019	0,10%	0,00%	0,50%	0,30%	0,60%	0,00%	0,20%	0,20%	0,00%	0,80%	0,10%	0,10%	2,90%
Promedio mensual	0,26%												
Promedio anual	3,06%												

Por lo tanto:

Retorno Nominal	5,19%	Promedio anual del rendimiento bursatil del IGPA 2015 - 2019
Inflación	3,06%	Promedio anual de IPC 2015 - 2019
$(R_n - Inf)$	2,13%	Retorno real esperado del mercado
$R_f$	1,49%	Tasa de libre riesgo año 2019 por Damodaran
$PxR = ( ) -$	0,64%	Premio por riesgo de mercado
Premio de liquidez	4,0%	Premio por liquidez (Profesor Dufeu)
Premio de Startup	4,0%	Premio por startup de 3% a 5% (Profesor Dufeu)

$$Tasa\ de\ descuento = ke = 1,49\% + [2,13\% - 1,49\%] * 1 + 4\% + 4\%$$

$$Tasa\ de\ descuento = ke = 10,13\%$$

## 7.7. Evaluación financiera del proyecto

En la siguiente tabla se presenta la evaluación del proyecto puro sin deuda. Lo anterior implica que las rentabilidades de los activos y del patrimonio son iguales. Para el cálculo se empleó una tasa de descuento de 10,13% calculada en el acápite 7.6.

Tabla 7.7.1: Evaluación financiera del proyecto puro

AÑO	0	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>Ingresos (+)</b>		248.767.400	293.080.881	367.588.503	382.494.437	403.114.117	420.374.262	432.067.174	436.221.290	434.364.869	426.738.241
<b>Venta de activo (+)</b>											
<b>Costos de Servicio (-)</b>		-10.490.000	-12.358.607	-15.078.758	-16.128.969	-16.998.478	-17.726.302	-18.218.946	-18.394.538	-18.316.256	-17.994.657
<b>Margen Bruto</b>		238.277.400	280.722.274	342.509.745	366.365.448	386.115.639	402.647.960	413.838.228	417.826.752	416.048.613	408.743.583
<b>Gastos Operacionales (-)</b>		-78.815.610	-82.635.220	-87.304.116	-89.233.606	-90.786.685	-102.581.620	-103.867.068	-104.661.464	-105.193.518	-105.669.790
<b>Margen Operacional</b>		159.461.790	198.087.054	255.205.629	277.131.842	295.329.055	300.066.340	309.981.159	313.165.288	310.855.095	303.073.794
<b>Gastos de Administración (-)</b>		-126.666.667	-131.353.333	-136.213.407	-141.253.303	-146.479.675	-151.899.423	-157.519.702	-163.347.930	-169.391.804	-175.669.301
<b>EBITDA</b>		32.795.123	66.733.721	118.992.222	135.878.539	148.849.380	148.166.917	152.461.438	149.817.357	141.463.291	127.524.493
Depreciación (-)		-77.251.655	-77.251.655	-54.374.355	-32.062.831	-30.804.813	-36.633.632	-38.590.550	-41.316.256	-50.530.077	-69.213.982
Amortización intangible (-)		-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150	-6.946.150
Valor libro (-)											
<b>EBIT</b>		-51.402.682	-17.464.084	57.671.716	96.869.568	111.098.417	104.587.135	106.924.738	101.564.951	83.987.064	51.364.361
Intereses (-)											
<b>UAI</b>		-51.402.682	-17.464.084	57.671.716	96.869.568	111.098.417	104.587.135	106.924.738	101.564.951	83.987.064	51.364.361
Impuesto (-)		0	0	0	-23.132.117	-29.996.573	-28.236.527	-28.869.679	-27.419.837	-22.676.507	-13.868.378
<b>UDI</b>		-51.402.682	-17.464.084	57.671.716	73.737.441	81.101.844	76.348.609	78.055.059	74.135.114	61.310.557	37.495.984
Depreciación (+)		77.251.655	77.251.655	54.374.355	32.062.831	30.804.813	36.633.632	38.590.550	41.316.256	50.530.077	69.213.982
Amortización intangible (+)		6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150	6.946.150
Valor libro (+)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Resultado operacional neto</b>		32.795.123	66.733.721	118.992.222	112.746.422	118.852.807	119.928.391	123.591.759	122.397.521	118.786.784	113.656.116
Inversión inicial en activos fijos (-)		-279.559.668									
Inversión inicial en activos intangibles (-)		-69.461.500									
Costo Oportunidad (-)		-8.997.908									
Inversión en capital de trabajo (-)		-25.683.415	0	0	0	0	0	0	0	0	25.683.415
Inversión de reemplazo (-)		0	-23.483.012	-33.267.600	-23.483.012	-23.483.012	-28.375.306	-23.483.012	-23.483.012	-25.929.159	-23.483.012
Inversión de ampliación (-)											
Valor de Desecho (+)							0				480.621.541
<b>FC Efectivo</b>		-383.702.491	32.795.123	43.250.709	85.724.621	89.263.410	95.369.795	91.553.084	100.108.746	98.914.508	92.857.625
Patrimonio Adicional (+)											
Deuda Neta (+)											
Deuda Adicional											
Amortización Deuda Actual											
<b>Flujo Caja Neto</b>		-383.702.491	32.795.123	43.250.709	85.724.621	89.263.410	95.369.795	91.553.084	100.108.746	98.914.508	92.857.625

De los resultados se tiene que el Valor Presente Neto (VPN) del proyecto puro es de **\$272.209.080 pesos** y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de un **19,86%**

### **7.8. Valor residual**

La depreciación de los activos ha sido calculada de manera lineal tomando en consideración la vida útil fijada por el SII para bienes físicos del activo inmovilizado, ver detalle en anexo 4.

En la siguiente tabla se puede apreciar la depreciación total y acumulada de los activos para cada periodo. El valor de desecho está calculado de manera tal que al término de los 10 años del proyecto este sea cero, vale decir, se procurara que todos los activos se encuentren depreciados. Está calculado de manera contable y corresponde básicamente a la diferencia entre el valor de compra del activo y la depreciación acumulada de este al 10° año.

Tabla 7.8.1: Depreciación anual y acumulada de activos fijos

DEPRECIACION DE ACTIVOS	AÑOS										Valor Libro
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	\$13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ 13.418.864	\$ -
Muebles y enseres	\$27.955.967	\$ 27.955.967									\$ -
Construcciones provisionarias Juegos (muro, heni s kids, plaza)	\$13.977.983	\$ 13.977.983	\$ 13.977.983								\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)	\$ 9.318.656	\$ 9.318.656	\$ 9.318.656								\$ -
Tablet, con computadores, sistema de red	\$ 6.988.992	\$ 6.988.992									\$ -
Equipos de audio y video	\$ 5.591.193										\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)		\$ 1.480.985	\$ 1.480.985	\$ 1.480.985	\$ 1.480.985	\$ 1.480.985	\$ 1.480.985	\$ 1.480.985	\$ 1.480.985	\$ 1.480.985	\$ -
Muebles y enseres		\$ 2.236.477	\$ 2.236.477								\$ -
Construcciones provisionarias Juegos (muro, heni s kids, plaza)		\$ 1.118.239	\$ 1.118.239	\$ 1.118.239							\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)		\$ 745.492	\$ 745.492	\$ 745.492							\$ -
Tablet, con computadores, sistema de red											\$ -
Equipos de audio y video											\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)			\$ 1.677.358	\$ 1.677.358	\$ 1.677.358	\$ 1.677.358	\$ 1.677.358	\$ 1.677.358	\$ 1.677.358	\$ 1.677.358	\$ -
Muebles y enseres			\$ 2.236.477	\$ 2.236.477							\$ -
Construcciones provisionarias Juegos (muro, heni s kids, plaza)			\$ 1.118.239	\$ 1.118.239	\$ 1.118.239						\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)			\$ 745.492	\$ 745.492	\$ 745.492						\$ -
Tablet, con computadores, sistema de red			\$ 3.494.496	\$ 3.494.496							\$ -
Equipos de audio y video			\$ 2.795.597								\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)				\$ 1.916.981	\$ 1.916.981	\$ 1.916.981	\$ 1.916.981	\$ 1.916.981	\$ 1.916.981	\$ 1.916.981	\$ -
Muebles y enseres				\$ 2.236.477	\$ 2.236.477						\$ -
Construcciones provisionarias Juegos (muro, heni s kids, plaza)				\$ 1.118.239	\$ 1.118.239	\$ 1.118.239					\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)				\$ 745.492	\$ 745.492	\$ 745.492					\$ -
Tablet, con computadores, sistema de red											\$ -
Equipos de audio y video											\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)					\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ 2.236.477	\$ -
Muebles y enseres					\$ 2.236.477	\$ 2.236.477					\$ -
Construcciones provisionarias Juegos (muro, heni s kids, plaza)					\$ 1.118.239	\$ 1.118.239	\$ 1.118.239				\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)					\$ 745.492	\$ 745.492	\$ 745.492				\$ -
Tablet, con computadores, sistema de red											\$ -
Equipos de audio y video											\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)						\$ 2.683.773	\$ 2.683.773	\$ 2.683.773	\$ 2.683.773	\$ 2.683.773	\$ -
Muebles y enseres						\$ 2.236.477	\$ 2.236.477				\$ -
Construcciones provisionarias Juegos (muro, heni s kids, plaza)						\$ 1.118.239	\$ 1.118.239	\$ 1.118.239			\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)						\$ 745.492	\$ 745.492	\$ 745.492			\$ -
Tablet, con computadores, sistema de red						\$ 1.747.248	\$ 1.747.248				\$ -
Equipos de audio y video						\$ 1.397.798					\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)						\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ 3.354.716	\$ -
Muebles y enseres						\$ 2.236.477	\$ 2.236.477				\$ -
Construcciones provisionarias Juegos (muro, heni s kids, plaza)						\$ 1.118.239	\$ 1.118.239	\$ 1.118.239			\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)						\$ 745.492	\$ 745.492	\$ 745.492			\$ -
Tablet, con computadores, sistema de red						\$ -					\$ -
Equipos de audio y video						\$ -					\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)							\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ 4.472.955	\$ -
Muebles y enseres							\$ 2.236.477	\$ 2.236.477			\$ -
Construcciones provisionarias Juegos (muro, heni s kids, plaza)							\$ 1.118.239	\$ 1.118.239	\$ 1.118.239		\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)							\$ 745.492	\$ 745.492	\$ 745.492		\$ -
Tablet, con computadores, sistema de red							\$ -				\$ -
Equipos de audio y video							\$ -				\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)								\$ 6.709.432	\$ 6.709.432	\$ 6.709.432	\$ -
Muebles y enseres								\$ 2.236.477	\$ 2.236.477		\$ -
Construcciones provisionarias Juegos (muro, heni s kids, plaza)								\$ 1.677.358	\$ 1.677.358		\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)								\$ 1.118.239	\$ 1.118.239		\$ -
Tablet, con computadores, sistema de red								\$ 873.624	\$ 873.624		\$ -
Equipos de audio y video								\$ 698.899			\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)									\$ 13.418.864	\$ -	\$ -
Muebles y enseres									\$ 4.472.955	\$ -	\$ -
Construcciones provisionarias Juegos (muro, heni s kids, plaza)									\$ 3.354.716	\$ -	\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)									\$ 2.236.477	\$ -	\$ -
Tablet, con computadores, sistema de red									\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de audio y video									\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 77.261.656	\$ 77.261.656	\$ 64.274.356	\$ 32.062.631	\$ 30.804.813	\$ 36.633.632	\$ 36.590.550	\$ 41.216.256	\$ 50.530.077	\$ 69.213.982	\$ -
	\$ 77.261.656	\$ 464.603.310	\$ 206.877.665	\$ 290.940.487	\$ 274.745.310	\$ 306.376.942	\$ 346.969.491	\$ 388.285.748	\$ 438.815.825	\$ 506.029.807	\$ -
											\$ 506.029.807

## 7.9. Valor de desecho económico

Para la estimación del valor de desecho de acuerdo con el método económico, se consideró el flujo normal del último año y se le restó la depreciación como una manera de incorporar el efecto de las inversiones de remplazo futuras y necesarias para mantener la capacidad y calidad operativa, descontado a la tasa de descuento. (Capítulo 13 Preparación y Evaluación de Proyectos)

$$VD = \frac{(B-C)_k - Dep_k}{i}$$

Donde

- ✓  $(B - C)_k$  = beneficio neto del año normal  $k$  ( $k = 10$ ) y
- ✓  $Dep_k$  es la depreciación del año  $k$

$$VD = \frac{(115.856.519 - 69.213.982)}{0.1013}$$

$$VD = 460.621.541$$

Se tiene entonces que el valor de desecho económico al décimo año de operación es de \$460 millones, valor que se considera como salida para la venta y sesión de la marca.

## 7.10. Balance proyectado

En la siguiente tabla se muestra el balance para cada año del proyecto. Importante destacar que desde el primer año el proyecto genera ganancias.

Tabla 7.10.1: Balance proyectado año 1 al 10

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Activo Corriente</b>	0									
Efectivo y equivalente al efectivo	67.476.446	73.495.374	118.074.380	205.979.943	322.684.796	436.234.999	540.855.513	643.686.328	734.590.030	793.384.020
Efectivo mínimo Inventario										
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>67.476.446</b>	<b>73.495.374</b>	<b>118.074.380</b>	<b>205.979.943</b>	<b>322.684.796</b>	<b>436.234.999</b>	<b>540.855.513</b>	<b>643.686.328</b>	<b>734.590.030</b>	<b>793.384.020</b>
<b>Activo No Corriente</b>										
Otros activos no financieros corrientes	62.515.350	62.515.350	62.515.350	62.515.350	62.515.350	62.515.350	62.515.350	62.515.350	62.515.350	62.515.350
Propiedades, planta y equipo	202.308.013	225.791.025	281.935.925	327.730.461	352.471.492	375.017.979	396.544.074	417.301.379	434.016.717	438.815.825
<b>Total Activos No Corriente</b>	<b>264.823.363</b>	<b>288.306.375</b>	<b>344.451.275</b>	<b>390.245.811</b>	<b>414.986.842</b>	<b>437.533.329</b>	<b>459.059.423</b>	<b>479.816.729</b>	<b>496.532.067</b>	<b>501.331.175</b>
<b>Total Activos</b>	<b>332.299.809</b>	<b>361.801.749</b>	<b>462.525.655</b>	<b>596.225.754</b>	<b>737.671.638</b>	<b>873.768.327</b>	<b>999.914.936</b>	<b>1.123.503.057</b>	<b>1.231.122.098</b>	<b>1.294.715.194</b>
<b>Pasivo Corriente</b>										
Obligaciones Bancarias										
Impuesto sobre la renta	0	0	0	23.132.117	29.996.573	28.238.527	28.869.679	27.419.837	22.676.507	13.868.378
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>23.132.117</b>	<b>29.996.573</b>	<b>28.238.527</b>	<b>28.869.679</b>	<b>27.419.837</b>	<b>22.676.507</b>	<b>13.868.378</b>
<b>Pasivo No corriente</b>										
Obligaciones Bancarias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>23.132.117</b>	<b>29.996.573</b>	<b>28.238.527</b>	<b>28.869.679</b>	<b>27.419.837</b>	<b>22.676.507</b>	<b>13.868.378</b>
<b>Patrimonio</b>										
Capital emitido	388.702.491	430.668.515	473.720.704	487.419.128	510.902.140	544.169.740	562.760.458	586.243.470	614.618.777	635.655.642
Retiro de Socios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ganancias (pérdidas) acumuladas	-51.402.682	-68.866.766	-11.195.049	85.674.509	196.772.925	301.360.061	408.284.799	509.839.750	593.826.814	645.191.175
<b>Total Patrimonio</b>	<b>332.299.809</b>	<b>361.801.749</b>	<b>462.525.655</b>	<b>573.093.636</b>	<b>707.675.065</b>	<b>845.529.801</b>	<b>971.045.257</b>	<b>1.096.083.220</b>	<b>1.208.445.590</b>	<b>1.280.846.817</b>
<b>Activo</b>	<b>332.299.809</b>	<b>361.801.749</b>	<b>462.525.655</b>	<b>596.225.754</b>	<b>737.671.638</b>	<b>873.768.327</b>	<b>999.914.936</b>	<b>1.123.503.057</b>	<b>1.231.122.098</b>	<b>1.294.715.194</b>
<b>Pasivo+Patrimonio</b>	<b>332.299.809</b>	<b>361.801.749</b>	<b>462.525.655</b>	<b>596.225.754</b>	<b>737.671.638</b>	<b>873.768.327</b>	<b>999.914.936</b>	<b>1.123.503.057</b>	<b>1.231.122.098</b>	<b>1.294.715.194</b>

## 7.11. Capital de trabajo

El capital de trabajo (kt) fue calculado mediante el método del déficit acumulado máximo, el que consiste en calcular los flujos de ingresos y egresos proyectados para cada mes determinando su cuantía.

A continuación, se muestra una tabla de los flujos proyectados por mes para el primer donde es factible apreciar que el déficit acumulado máximo del proyecto se requiere al quinto (5) mes y corresponde a un monto de \$25.683.415 pesos.

Tabla 7.11.1: Calculo de capital de trabajo por método de déficit acumulado máximo

Mes (1er año)	Flujo	Flujo acumulado
1	\$ -7.767.523	\$ -7.767.523
2	\$ -6.713.523	\$ -14.481.046
3	\$ -7.152.323	\$ -21.633.369
4	\$ -2.544.223	\$ -24.177.592
5	\$ -1.505.823	\$ -25.683.415
6	\$ 94.177	\$ -25.589.239
7	\$ 1.196.177	\$ -24.393.062
8	\$ 2.649.777	\$ -21.743.285
9	\$ 3.884.977	\$ -17.858.308
10	\$ 6.916.977	\$ -10.941.331
11	\$ 18.044.977	\$ 7.103.646
12	\$ 25.691.477	\$ 32.795.123

## 7.12. Fuentes de financiamiento

El financiamiento del proyecto será con capital propio aportado por cada uno de los socios mediante patrimonio y créditos otorgados de manera particular por la banca. Los montos aportados por cada inversor serán de un 50% de la inversión total del proyecto y los plazos y tasas dependerán de sus negociaciones independiente con los bancos. Es así como se ha estipulado una remuneración mensual de cada socio que le permita hacer frente de manera particular por los préstamos bancarios solicitados.

## 7.13. Ratios financieros clave

Tabla 7.13.1: Ratios financieros del proyecto

Periodo	Activos	Pasivos	Patrimonio	ROE	ROA	ROI	Razón Endeudamiento (Pasivos/Activos)	Patrimonio/Activos	Leverage (Pasivo/Patrimonio)
0	383.702.491	0	383.702.491				0,0%	100,00%	0,00
1	332.299.809	0	332.299.809	-15,47%	-15,47%	-13,40%	0,0%	100,00%	0,00
2	361.801.749	0	361.801.749	-4,83%	-4,83%	-4,55%	0,0%	100,00%	0,00
3	462.525.655	0	462.525.655	12,47%	12,47%	15,03%	0,0%	100,00%	0,00
4	596.225.754	23.132.117	573.093.636	12,87%	12,37%	19,22%	3,9%	96,12%	0,04
5	737.671.638	29.996.573	707.675.065	11,46%	10,00%	21,14%	4,1%	95,93%	0,04
6	873.768.327	28.238.527	845.529.801	9,59%	8,44%	19,90%	3,2%	96,77%	0,03
7	999.914.936	28.869.679	971.045.257	8,35%	7,37%	20,34%	2,9%	97,11%	0,03
8	1.123.503.057	27.419.837	1.096.083.220	7,40%	6,56%	19,32%	2,4%	97,56%	0,03
9	1.231.122.098	22.676.507	1.208.445.590	6,71%	5,99%	15,98%	1,8%	98,16%	0,02
10	1.294.715.194	13.868.378	1.280.846.817	6,33%	5,70%	9,77%	1,1%	98,93%	0,01

Como se puede apreciar, a partir del tercer año se tiene un Retorno sobre activos/patrimonio positivo, alcanzando un máximo de un 12,8% el cuarto año.

## **8. RIESGOS CRITICOS**

Los riesgos críticos a los que se puede ver expuesto el proyecto “Estación 14 de Febrero” para su perfecto desarrollo y éxito son aquellos riesgos operacionales, tecnológicos, económicos y de la industria, entre otros, que pueden poner en riesgo la supervivencia del negocio y su crecimiento a lo largo del tiempo. Es así como estos fueron separados en riesgos internos y externos para un análisis más detallado.

### **8.1. Riesgos internos**

#### **8.1.1. Riesgo Operacional: Mala calidad del producto**

Uno de los aspectos fundamentales del éxito de “Estación 14 de Febrero” se fundamenta en la calidad de atención a sus clientes y calidad de los productos. Esto se convierte en un factor de riesgo crítico dado que el servicio de alimentación en su fase de oferta y preparación de los productos será realizado por terceros, lo que se traduce en que un mal producto en términos de calidad, presentación, sabor u otro, repercutirán directamente en la imagen de marca del centro gastronómico. Para mitigar este riesgo, se adoptarán controles de calidad periódicos (semanalmente) a los productos que se ofrezcan en la carta, tomando también muy en cuenta la opinión de los clientes a través de encuestas y consultas en el momento de la atención respecto de la calidad del servicio y productos.

#### **8.1.2. Riesgo Tecnológico: Falla de servicios tecnológicos.**

Uno de los componentes diferenciadores del centro gastronómico es que la carta de productos y servicios estará digitalizada en tablets, con fotografías de presentación de

cada producto para que el cliente pueda apreciar bien su elección. El sistema permitirá que el cliente escoja directamente a través de la carta digital, las cuales estarán conectadas directamente con los Food truck para tomar el pedido y la central para manejar el cobro de la comanda. Es por ello que resultará crucial para mitigar el riesgo de interrupción de la conexión, el mantener una red interna de comunicación de respaldo entre los dispositivos y carta tradicional (papel) en caso de caída del sistema, como así también un servicio mensual de mantenimiento del sistema con proveedor calificado.

### **8.1.3. Riesgo Económico: Financiamiento del proyecto.**

El financiamiento del proyecto en su etapa de inversión inicial se llevará a cabo a través de la solicitud de un crédito para fines generales (comercial) otorgado por una entidad bancaria. Este crédito será solicitado por el 50% (\$150 millones) del total de inversión requerida (\$300 millones) y el saldo será aporte de los socios en partes iguales. En caso de que las entidades bancarias no financien el proyecto, se cuenta con la alternativa de atraer 1 potencial socio inversionista.

## **8.2. Riesgos externos**

### **8.2.1. Riesgo social y sanitario por COVID-19: Continuidad operativa**

En el último trimestre de 2019 comenzó una manifestación social en Chile que ha afectado la continuidad y funcionamiento normal de los negocios en general. Muchos han sido víctimas de vandalismo y saqueos y los locales de restaurantes son han estado exentos.

Sumado lo anterior, a comienzo del 2020 se originó la pandemia que está asolando a todas las naciones y poniendo en riesgo la economía mundial. Esta pandemia en



particular a afectado toda índole de empresas, debido el resguardo y distanciamiento social que se ha impuesto para poder controlar su propagación. Ante este tipo de contingencias extremas, poco usuales y difíciles de controlar, es que resultará necesario, el implementar y mantener un plan de manejo y ahorro por parte del directorio que permita tener liquidez para sobrellevar entre 3 a 6 meses mínimo de obligaciones legales y financieras.

Por otro lado, para no ver afectada la continuidad de contar con ingresos y tener que cerrar las operaciones, es que se debe acordar con los arrendatarios, ofrecer servicio de delivery, mientras nosotros como empresa destinamos recursos para contar con todas las medidas de seguridad e higiene necesarias para resguardar la salud de los clientes.

Cada Food truck por su parte deberá contar con sus propias medidas de higiene, he incurrir con los costos necesarios para este fin.

### **8.2.2. Riesgo Industria: Aparición nuevos competidores.**

Como en todo proyecto, hoy en día son pocos (2) los competidores directos que hay en la ciudad de Antofagasta con este modelo de negocios, por lo que se prevé la aparición de nuevos actores entregando este tipo de servicios de manera inminente. Para ello es que se buscara generar un posicionamiento rápido en la ciudad a través de difusión masiva en redes sociales y medios locales. LO que afecta normalmente la supervivencia de negocios de tipo restaurantes es la baja rotación y cambio en la carta, por lo que se exigirá que los arrendatarios de Food truck varíen constantemente su oferta, como así también se incorporaran eventos como música al aire libre, teatro infantil, y actividades en general que permitan entregar mayores elementos diferenciadores de la competencia y que entreguen valor a los clientes. Esto se evaluará permanente a través de encuestas a quienes asistan y notificación a través de mails a clientes fidelizados.

### **8.2.3. Riesgo Industrial: Ubicación estratégica**

La ubicación para la implementación del proyecto juega un rol fundamental a la hora de evaluar y proyectar el éxito del negocio, por lo que, en paralelo a la tramitación de la solicitud de concesión de derechos ante bienes nacionales, se evaluarán distintas alternativas de ubicación pensando siempre en el borde costero de la ciudad y particularmente en el sector sur, dada la fuerte afluencia de clientes por ser este un polo ya instaurado de restaurantes y pubs, sumado al importante crecimiento inmobiliario de departamentos que ha tenido el sector, lo que contribuye aún más con clientes que puedan preferir este tipo de servicios de esparcimiento y recreación.

## **9. PROPUESTA INVERSIONISTA**

La sociedad de administración inmobiliaria “Estación 14 de Febrero”, se encuentra en un proceso de constitución y focalización de sus actividades para sus distintas líneas de negocio. El plan de crecimiento en los ingresos se estima en un 6% promedio anual para los 10 años de duración del proyecto, generando una tasa de rentabilidad neta de un 19,86%.

Es por tal motivo que invitamos a ser parte de este importante negocio y propuesta de inversión innovadora, para lo cual hemos pensado y preparado una propuesta atractiva por un monto de inversión de \$192 millones de pesos, con un plazo de retorno de 72 meses, mediante el pago de cuotas mensuales (bono tipo francés), a una tasa anual de 19,86% (1,66% mensual). Esta inversión dará lugar a ser parte de la directiva para la toma de decisiones estratégicas de la firma, como así también de un 50% de las utilidades obtenidas.

## 10. CONCLUSIONES

El negocio inmobiliario de arriendo de espacios para la instalación de carritos de comida (Food truck), quinchos para asados, atractivos de entretenimiento para niños, jóvenes y adultos es un mercado que se encuentra en vías de desarrollo y crecimiento en la región de Antofagasta. En la actualidad son pocos los centros y locales que ofrecen algunos de los atributos con que contará “Estación 14 de febrero” y si bien, estos servicios es posible encontrarlos también en malls o strip centers, lo que se busca con este modelo particular de negocio es generar valor al cliente (arrendatario) habilitando espacios más cercanos a los consumidores, espacios que cuenten con una amplia variedad de comida de distintas nacionalidades, juegos atractivos para niños y adultos y en general un ambiente grato que permita a sus clientes finales desconectarse de lo “habitual”. La propuesta de quinchos es también una apuesta única en la región con la que se pretende entregar alternativa a los habitantes de Antofagasta para reuniones familiares o con amigos. Resulta imposible dejar de mencionar la contingencia social por la que se está atravesando a nivel global producto de la pandemia, contingencia que ha resaltado más que nunca el valor que existe en el hecho de poder reunirse a disfrutar con amistades y familiares. Es por ello por lo que este proyecto de Centro recreacional y Gastronómico cobra mayor relevancia sumado a la versatilidad con la que contarán sus dependencias, las que permitirán abarcar un sin número de eventos y actividades atractivas para la comunidad, con una renovación periódica de sus espacios, apuntando con ello a fidelizar y mantener el atractivo hacia sus clientes.

En términos de resultados, el negocio resulta atractivo para un horizonte de 10 años y su éxito dependerá de la oferta de eventos, convenios con instituciones y atracción y fidelización de los clientes a través de los medios. En términos de inversión se requiere un aporte de los socios de \$384 millones de pesos, los que se esperan recuperar al 6to

año de operación. El VAN del proyecto es positivo de \$272 Mclp y da cuenta de la factibilidad de realización del proyecto con una Tasa Interna de Retorno de 19,86% considerando para ello una tasa de descuento de 10,13%, lo que ratifica la viabilidad de llevar a cabo este proyecto.

### **Bibliografía y fuentes**

1. **V, Carlos Maquieira.** Finanzas Corporativas Teoría y Práctica. Santiago : Andrés Bello, 2008.
2. **Sapag Chain, Nassir, Sapag Chain, Reinaldo y Sapag, José Manuel.** *Preparación y Evaluación de Proyectos.* México : Mc Graw Hill, Sexta Edición.
3. **Servicio de Impuestos Internos,** Sitio web, [en línea], <[www.sii.cl](http://www.sii.cl)>, [consulta: 10 de abril de 2020]
4. **Banco Central,** Sitio web, [en línea], <[www.bcentral.cl](http://www.bcentral.cl)>, [consulta: 10 de abril de 2020]
5. **Dirección del Trabajo,** Sitio web, [en línea], <[www.dt.gob.cl](http://www.dt.gob.cl)>, [consulta: 12 de febrero de 2020]
6. **Chile Atiende,** Sitio web, [en línea], <[www.chileatiende.gob.cl](http://www.chileatiende.gob.cl)>, [consulta: 12 de febrero de 2020]
7. **Bienes Nacionales,** Sitio web, [en línea], <[www.bienesnacionales.cl](http://www.bienesnacionales.cl)>, [consulta: 18 de febrero de 2020]



## Anexos

### Anexo 1: Estudio de Mercado de Restaurantes & Centros de Esparcimiento

#### Formato Encuesta - Trabajo de Título MBA Antofagasta 2018 - Universidad de Chile

El objetivo de esta encuesta es tener un catastro de los gustos y preferencia de los clientes que asisten habitualmente a restaurantes y en su defecto a centros de esparcimiento recreacional. En la actualidad, existe una tendencia a nivel global que está alineada con generar políticas gubernamentales que apunten a mejorar “la calidad de vida de las personas”. Es así como en Chile se ha incorporado un procedimiento de Sistema de Indicadores y estándares de Desarrollo Urbano (SIEDU), en el que se establecen compromisos como por ejemplo el compromiso número 7 de tener “Mayor protección con nuestro Patrimonio Cultural” y en específico en su atributo de “Valoración económica, social, paisajística, ambiental y cultural en instrumentos de planificación territorial” el cual busca contar con zonas típicas y pintorescas con lineamientos de intervención en desarrollo. Es por lo anterior, que resulta importante entender las tendencias de uso y gustos de las personas, para generar espacios que mejoren cuantitativamente la percepción de calidad de vida de las ciudades y comunas.

1. ¿Cuál es tu género?

Femenino

Masculino

2. ¿Cuál es tu rango de edad?

Menor de 18 años

Entre 18 y 25 años

Entre 26 y 35 años

Entre 36 y 45 años

Entre 46 y 55 años

Entre 56 y 65 años

Mayor de 65 años

3. ¿Acostumbras ir a restaurantes?

Si

No

4. ¿Con que frecuencia acostumbras ir a restaurantes?

1 vez al mes

2 veces al mes

- 3 veces al mes
- 4 veces al mes
- Más de 4

5. ¿Qué día o días sueles acudir?

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

6. ¿Normalmente asistes a? (elija 1 o más opciones)

- Desayunar
- Almuerzo
- Once
- Cena
- Mas de 4

7. ¿Cuál es el o los motivos por el que habitualmente asistes a restaurantes? (elija 1 o más opciones)

- Reuniones / celebraciones con amigos / familiares
- Salida en pareja
- Colación / Almuerzo diario
- Comida de trabajo
- Salida de familia
- Otros, especifique

8. ¿Qué tipo de comida es de su preferencia? (elija 1 o más opciones)

- Peruana
- Chilena
- Italiana
- China
- Mexicana
- Japonesa



Otros, especifique

9. En una escala de 1 a 5. Donde 1 es “nada importante” y 5 “muy importante”, como valora usted los atributos al momento de elegir un restaurant

	1	2	3	4	5
a) Variedad y tipo de comida.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Calidad de la comida.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Calidad de los tragos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Precio.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Ambiente y decoración.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Rapidez de la atención.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Servicio y limpieza.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Atención del personal.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Innovación en la propuesta gastronómica.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Convenios y/o descuentos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Prestigio del restaurant.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Realización de eventos en vivo.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Estacionamientos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Ubicación.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Según su preferencia, enumere de 1 (poca importancia) a 5 (muchísima importancia) los eventos que podrían ser incluidos en un restaurante para entregar una oferta innovadora, siendo:

	1	2	3	4	5
a) Música en vivo.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Teatro / espectáculos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Gastronomía.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Humor.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Exposiciones de arte.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. ¿Qué tan importante es que el restaurante le ofrezca un plan de fidelización y/o convenios?

- Nada importante  
 Poco importante  
 Es indiferente  
 Importante  
 Muy importante

12. ¿En promedio cuanto está dispuesto a gastar en cada asistencia?

- Menos de \$20 mil pesos por persona (pp)
- \$20.000 - \$30.000 pp
- \$30.000 - \$40.000 pp
- \$40.000 - \$50.000 pp
- Más de \$50.000 pp

13. ¿Por qué medio(s) habitualmente busca restaurantes nuevos?

- Medios impresos (diarios, revistas)
- Redes Sociales
- Televisión
- Radio
- Anuncios de la calle
- Recomendación(es) de terceros

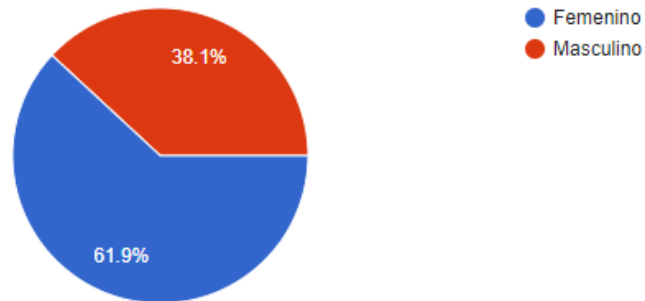
14. ¿Le gustaría que el restaurante (local) cuente con otros atractivos y actividades de esparcimiento como:

	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Indif.</b>
a) Juegos infantiles.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Cuidado de bebés / niños menores de 12 años.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Cancha de golf / minigolf.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Pérgolas con quinchos para asados.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Cine al aire libre .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Principales resultados de la encuesta

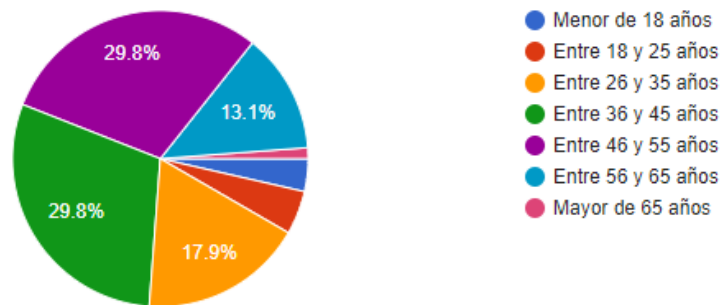
1) Cual es tu genero?

84 respuestas



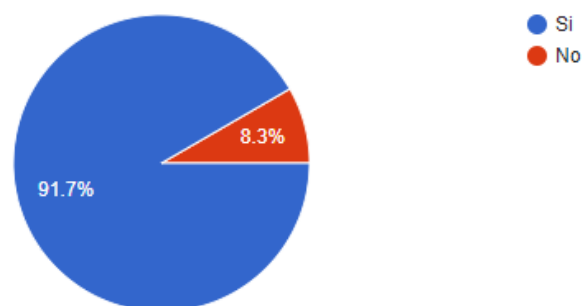
2) Cual es tu rango de edad?

84 respuestas



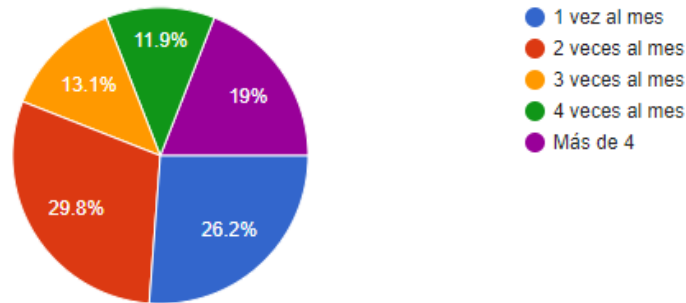
3) Acostumbras ir a restaurantes?

84 respuestas



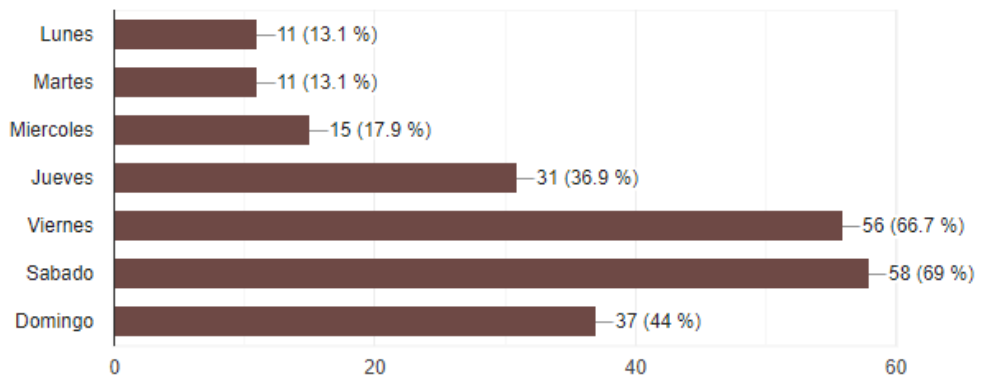
#### 4) Con que frecuencia acostumbras ir a restaurantes?

84 respuestas



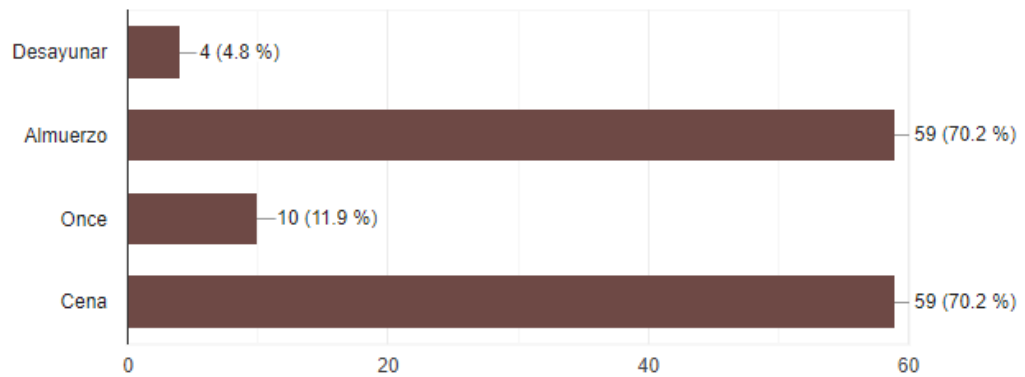
#### 5) Que día o días sueles acudir?

84 respuestas



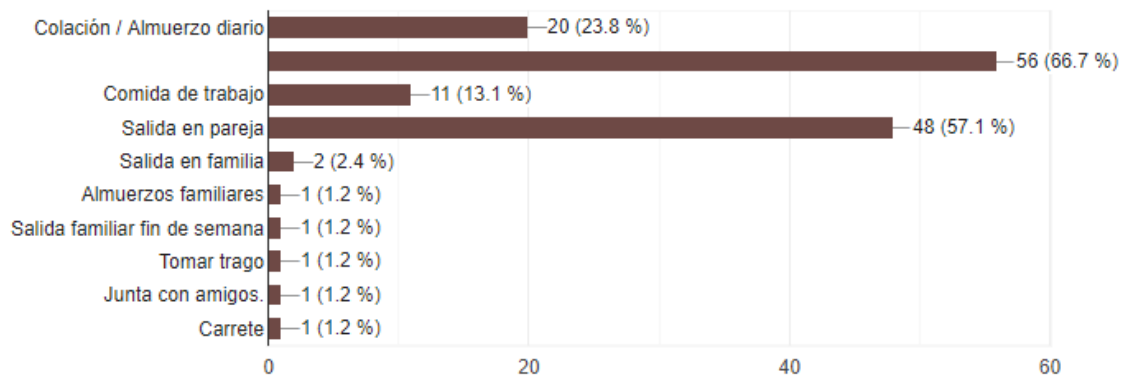
#### 6) Normalmente asistes a (elija 1 o más opciones)

84 respuestas



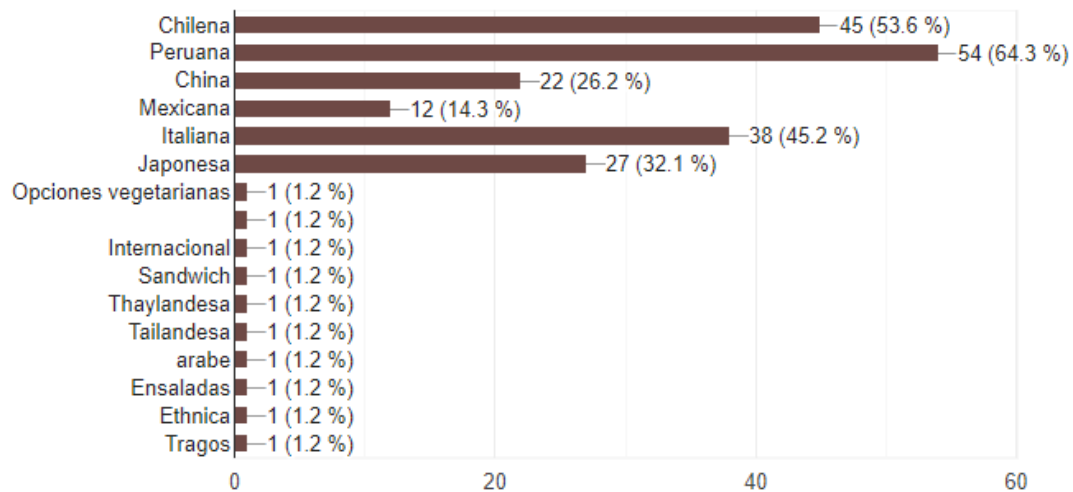
7) Cual es el motivo por el que habitualmente asistes a restaurantes? (elija 1 o más opciones)

84 respuestas

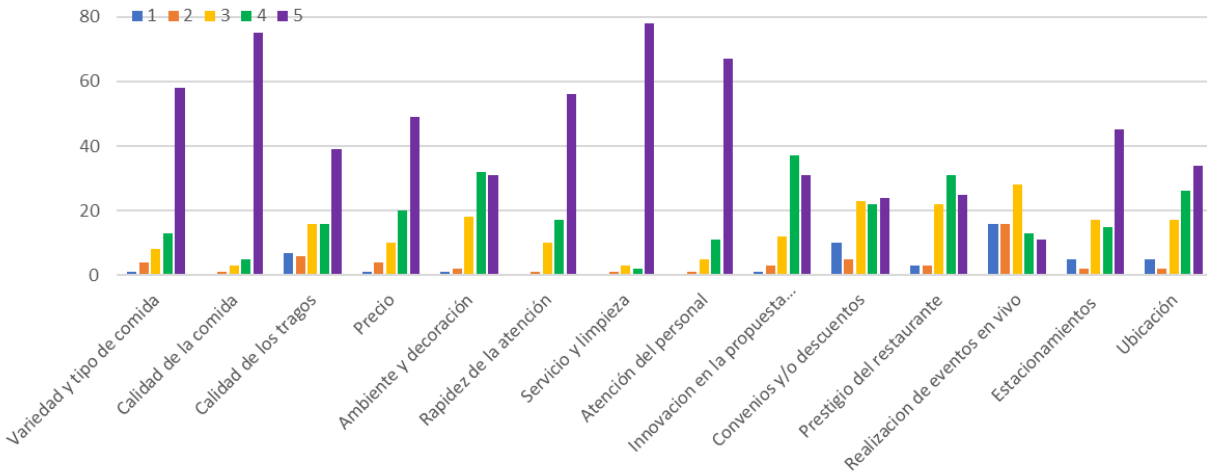


8) Que tipo de comida es de su preferencia? (elija 1 o más opciones)

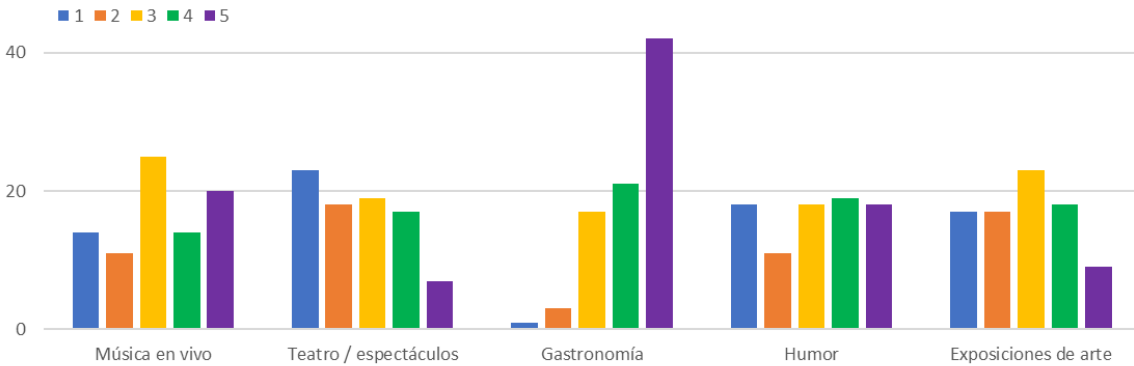
84 respuestas



9) En una escala de 1 a 5, donde 1 es "nada importante" y 5 "muy importante", como valora usted los siguientes atributos al momento de elegir un restaurante:

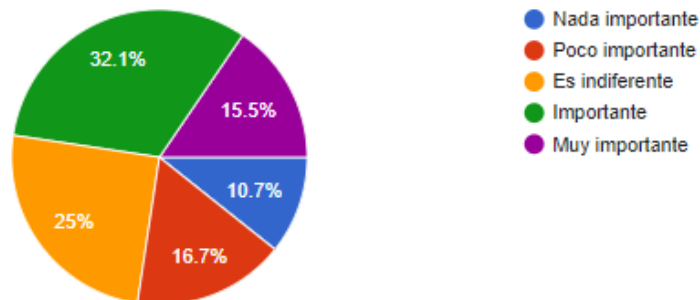


10) Según su preferencia, enumere de 1 (poca importancia) a 5 (muchísima importancia) los eventos que podrían ser incluidos en un restaurante para entregar una oferta innovadora, siendo



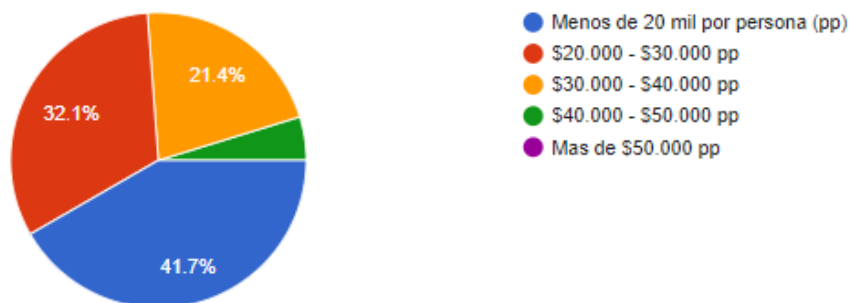
11) Que tan importante es que el restaurante le ofrezca un plan de fidelización y/o convenios

84 respuestas



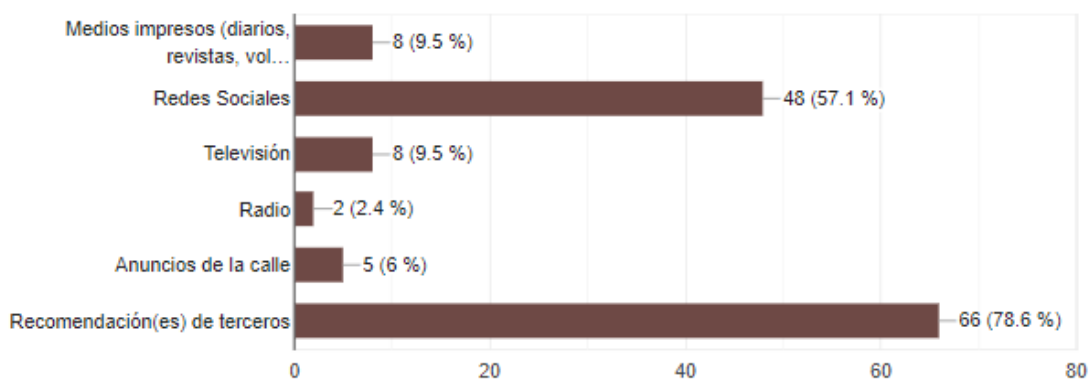
12) En promedio cuanto esta dispuesto a gastar en cada asistencia

84 respuestas

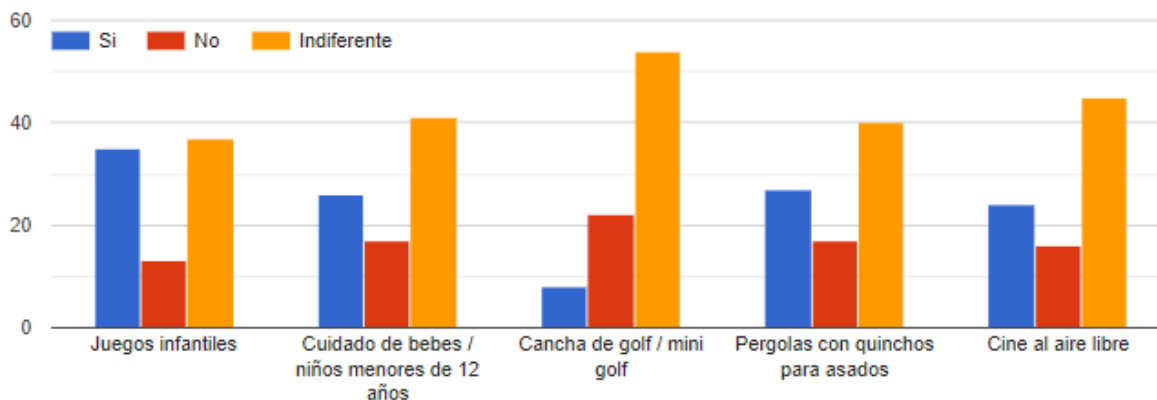


13) Porque medio(os) habitualmente busca restaurantes nuevos?

84 respuestas



14) Le gustaría que el restaurante (local) cuente con otros atractivos y actividades de esparcimiento como:



**Anexo 2: Proyecciones de ingresos mensuales por actividad para el primer año**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>ACTIVIDAD A.B.C.D</b>	\$ 248.767.400	\$ 293.080.881	\$ 357.588.503	\$ 382.494.437	\$ 403.114.117	\$ 420.374.262	\$ 432.057.174	\$ 436.221.290	\$ 434.364.869	\$ 426.738.241
<b>ingresos</b>	\$ 90.500.000	\$ 93.848.500	\$ 97.320.895	\$ 100.921.768	\$ 104.655.873	\$ 108.528.140	\$ 112.543.681	\$ 116.707.798	\$ 121.025.986	\$ 125.503.948
<b>Costo de ocupación</b>	74%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>ingresos netos</b>	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
<b>restaurantes</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>luro de escalada</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>jugos infantiles</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>chicos</b>	\$ 59.306.400	\$ 70.164.250	\$ 91.169.722	\$ 98.458.172	\$ 104.360.362	\$ 108.493.014	\$ 110.725.468	\$ 110.725.468	\$ 108.493.014	\$ 104.130.148
<b>Costo de ocupación</b>	32%	37%	48%	52%	55%	57%	58%	58%	57%	55%
<b>ingresos netos</b>	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
<b>restaurantes</b>	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
<b>luro de escalada</b>	1848	2125,2	2762,76	2983,7908	3162,807648	3289,319954	3355,106353	3355,106353	3288,004226	3156,484057
<b>jugos infantiles</b>	1850	2128	2765	2986	3165	3290	3368	3368	3290	3158
<b>restaurantes</b>	185	213	277	299	317	329	336	336	329	316
<b>luro de escalada</b>	370	426	553	597	633	658	672	672	658	632
<b>jugos infantiles</b>	555	638	829	896	949	987	1007	1007	987	947
<b>restaurantes</b>	740	851	1106	1194	1266	1316	1343	1343	1316	1263
<b>chicos</b>	\$ 34.362.000	\$ 37.779.984	\$ 49.234.686	\$ 52.998.996	\$ 56.103.774	\$ 58.387.248	\$ 59.538.318	\$ 59.538.318	\$ 58.387.248	\$ 56.103.774
<b>Costo de ocupación</b>	32%	38%	49%	53%	56%	59%	60%	60%	59%	56%
<b>ingresos netos</b>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
<b>restaurantes</b>	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
<b>luro de escalada</b>	190	218,5	284,05	306,774	325,18044	338,1876576	344,9514108	344,9514108	338,0523825	324,5302872
<b>jugos infantiles</b>	191	220	287	309	327	340	347	347	340	327
<b>restaurantes</b>	19	22	29	31	33	34	35	35	34	33
<b>luro de escalada</b>	29	33	43	47	49	51	52	52	51	49
<b>jugos infantiles</b>	48	55	72	82	85	87	87	87	85	82
<b>restaurantes</b>	95	110	143	154	163	170	173	173	170	163
<b>chicos</b>	\$ 64.599.000	\$ 91.288.147	\$ 119.863.201	\$ 130.115.501	\$ 137.994.109	\$ 144.965.860	\$ 149.249.707	\$ 149.249.707	\$ 146.458.621	\$ 141.000.372
<b>Costo de ocupación</b>	20%	24%	31%	34%	36%	38%	40%	40%	39%	38%
<b>ingresos netos</b>	208,00	396,06	514,88	556,07	589,43	613,01	625,27	625,27	612,76	588,25
<b>restaurantes</b>	213,00	397	515	557	590	614	626	626	613	589
<b>luro de escalada</b>	10.650.000	\$ 20.584.450	\$ 26.702.750	\$ 28.880.450	\$ 30.591.500	\$ 31.835.900	\$ 32.458.100	\$ 32.458.100	\$ 31.784.050	\$ 30.539.650
<b>Costo de ocupación</b>	74%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>ingresos netos</b>	6969,23	11454,00	14890,20	16081,42	17046,30	17728,15	18082,72	18082,72	17721,06	17012,22
<b>restaurantes</b>	6960	11454	14891	16082	17047	17729	18083	18083	17722	17013
<b>luro de escalada</b>	\$ 10.449.000	\$ 17.816.697	\$ 23.162.951	\$ 25.015.551	\$ 26.516.609	\$ 27.577.460	\$ 28.128.107	\$ 28.128.107	\$ 27.566.571	\$ 26.463.722
<b>Costo de ocupación</b>	20%	24%	31%	34%	36%	38%	40%	40%	39%	38%
<b>ingresos netos</b>	29,00	34,00	45,00	49,00	52,00	55,00	57,00	57,00	56,00	54,00
<b>restaurantes</b>	\$ 4.350.000	\$ 52.887.000	\$ 69.997.500	\$ 76.219.500	\$ 80.886.000	\$ 85.552.500	\$ 88.663.500	\$ 88.663.500	\$ 87.108.000	\$ 83.997.000
<b>Costo de ocupación</b>	74%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>ingresos netos</b>	59,306,400	70,164,250	91,169,722	98,458,172	104,360,362	108,493,014	110,725,468	110,725,468	108,493,014	104,130,148
<b>restaurantes</b>	59,306,400	70,164,250	91,169,722	98,458,172	104,360,362	108,493,014	110,725,468	110,725,468	108,493,014	104,130,148
<b>luro de escalada</b>	36,38%									
<b>jugos infantiles</b>	23,84%									



## Anexo 3: Información de Vida útil de los activos fijos obtenido del SII

### NUEVA TABLA DE VIDA ÚTIL DE LOS BIENES FÍSICOS DEL ACTIVO INMOVILIZADO

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

NÓMINA DE BIENES SEGUN ACTIVIDADES	NUEVA VIDA ÚTIL NORMAL	DEPRECIACIÓN ACELERADA
<b>A.- ACTIVOS GENÉRICOS</b>		
1) Construcciones con estructuras de acero, cubierta y entresijos de perfiles acero o losas hormigón armado.	80	26
2) Edificios, casas y otras construcciones, con muros de ladrillos o de hormigón, con cadenas, pilares y vigas hormigón armado, con o sin losas.	50	16
3) Edificios fábricas de material sólido albañilería de ladrillo, de concreto armado y estructura metálica.	40	13
4) Construcciones de adobe o madera en general.	30	10
5) Galpones de madera o estructura metálica.	20	6
6) Otras construcciones definitivas (ejemplos: caminos, puentes, túneles, vías férreas, etc.).	20	6
7) Construcciones provisionarias.	10	3
8) Instalaciones en general (ejemplos: eléctricas, de oficina, etc.).	10	3
9) Camiones de uso general.	7	2
10) Camionetas y jeeps.	7	2
11) Automóviles	7	2
12) Microbuses, taxibuses, furgones y similares.	7	2
13) Motos en general.	7	2
14) Remolques, semirremolques y carros de arrastre.	7	2
15) Maquinarias y equipos en general.	15	5
16) Balanzas, hornos microondas, refrigeradores, conservadoras, vitrinas refrigeradas y cocinas.	9	3
17) Equipos de aire y cámaras de refrigeración.	10	3
18) Herramientas pesadas.	8	2
19) Herramientas livianas.	3	1
20) Letreros camineros y luminosos.	10	3
21) Útiles de oficina (ejemplos: máquina de escribir, fotocopiadora, etc.).	3	1
22) Muebles y enseres.	7	2
23) Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras, etc.).	6	2
24) Estanques	10	3
25) Equipos médicos en general.	8	2
26) Equipos de vigilancia y detección y control de incendios, alarmas.	7	2
27) Envases en general.	6	2
28) Equipo de audio y video.	6	2
29) Material de audio y video.	5	1

## Anexo 4: Depreciación anual y acumulada de los activos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS	AÑO	AÑOS										Valor Libro
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	1	\$13,418,864	\$13,418,864	\$13,418,864	\$13,418,864	\$13,418,864	\$13,418,864	\$13,418,864	\$13,418,864	\$13,418,864	\$13,418,864	\$ -
Muebles y enseres		\$27,295,997	\$27,295,997									\$ -
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)		\$13,977,983	\$13,977,983	\$13,977,983								\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)		\$9,318,696	\$9,318,696	\$9,318,696								\$ -
Tablet, computadores, sistema de red		\$6,988,002	\$6,988,002									\$ -
Equipos de audio y video		\$5,591,193										\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)			\$1,400,985	\$1,400,985	\$1,400,985	\$1,400,985	\$1,400,985	\$1,400,985	\$1,400,985	\$1,400,985	\$1,400,985	\$ -
Muebles y enseres			\$2,236,477	\$2,236,477								\$ -
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)			\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230							\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)			\$746,402	\$746,402	\$746,402							\$ -
Tablet, computadores, sistema de red											\$ -	
Equipos de audio y video											\$ -	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	2		\$1,677,398	\$1,677,398	\$1,677,398	\$1,677,398	\$1,677,398	\$1,677,398	\$1,677,398	\$1,677,398	\$1,677,398	\$ -
Muebles y enseres			\$2,236,477	\$2,236,477								\$ -
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)			\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230							\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)			\$746,402	\$746,402	\$746,402							\$ -
Tablet, computadores, sistema de red			\$3,494,406	\$3,494,406								\$ -
Equipos de audio y video			\$2,706,597									\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)				\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$ -
Muebles y enseres				\$2,236,477	\$2,236,477							\$ -
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)				\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230						\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)				\$746,402	\$746,402	\$746,402						\$ -
Tablet, computadores, sistema de red											\$ -	
Equipos de audio y video											\$ -	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	3			\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$ -
Muebles y enseres				\$2,236,477	\$2,236,477							\$ -
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)				\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230						\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)				\$746,402	\$746,402	\$746,402						\$ -
Tablet, computadores, sistema de red				\$3,494,406	\$3,494,406							\$ -
Equipos de audio y video				\$2,706,597								\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)					\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$ -
Muebles y enseres					\$2,236,477	\$2,236,477						\$ -
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)					\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230					\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)					\$746,402	\$746,402	\$746,402					\$ -
Tablet, computadores, sistema de red											\$ -	
Equipos de audio y video											\$ -	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	4				\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$2,236,477	\$ -
Muebles y enseres					\$2,236,477	\$2,236,477						\$ -
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)					\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230					\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)					\$746,402	\$746,402	\$746,402					\$ -
Tablet, computadores, sistema de red					\$3,494,406	\$3,494,406						\$ -
Equipos de audio y video					\$2,706,597							\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)						\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$1,919,981	\$ -
Muebles y enseres						\$2,236,477	\$2,236,477					\$ -
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)						\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230				\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)						\$746,402	\$746,402	\$746,402				\$ -
Tablet, computadores, sistema de red											\$ -	
Equipos de audio y video											\$ -	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	5					\$2,683,773	\$2,683,773	\$2,683,773	\$2,683,773	\$2,683,773	\$2,683,773	\$ -
Muebles y enseres						\$2,236,477	\$2,236,477					\$ -
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)						\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230				\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)						\$746,402	\$746,402	\$746,402				\$ -
Tablet, computadores, sistema de red						\$1,747,248	\$1,747,248					\$ -
Equipos de audio y video						\$1,397,798						\$ -
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)							\$3,954,716	\$3,954,716	\$3,954,716	\$3,954,716	\$3,954,716	\$ -
Muebles y enseres							\$2,236,477	\$2,236,477				\$ -
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)							\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230			\$ -
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)							\$746,402	\$746,402	\$746,402			\$ -
Tablet, computadores, sistema de red											\$ -	
Equipos de audio y video											\$ -	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	6						\$4,472,995	\$4,472,995	\$4,472,995	\$4,472,995	\$ -	
Muebles y enseres							\$2,236,477	\$2,236,477			\$ -	
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)							\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230		\$ -	
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)							\$746,402	\$746,402	\$746,402		\$ -	
Tablet, computadores, sistema de red											\$ -	
Equipos de audio y video											\$ -	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)								\$3,954,716	\$3,954,716	\$3,954,716	\$ -	
Muebles y enseres								\$2,236,477	\$2,236,477		\$ -	
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)								\$1,118,230	\$1,118,230	\$1,118,230	\$ -	
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)								\$746,402	\$746,402	\$746,402	\$ -	
Tablet, computadores, sistema de red										\$ -		
Equipos de audio y video										\$ -		
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	7							\$6,709,432	\$6,709,432	\$6,709,432	\$ -	
Muebles y enseres								\$2,236,477	\$2,236,477		\$ -	
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)								\$1,677,398	\$1,677,398		\$ -	
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)								\$1,118,230	\$1,118,230		\$ -	
Tablet, computadores, sistema de red								\$873,624	\$873,624		\$ -	
Equipos de audio y video								\$698,800			\$ -	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)									\$13,418,864		\$ -	
Muebles y enseres									\$4,472,995		\$ -	
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)									\$3,954,716		\$ -	
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)									\$2,236,477		\$ -	
Tablet, computadores, sistema de red										\$ -		
Equipos de audio y video										\$ -		
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	8										\$ -	
Muebles y enseres											\$ -	
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)											\$ -	
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)											\$ -	
Tablet, computadores, sistema de red											\$ -	
Equipos de audio y video											\$ -	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)											\$ -	
Muebles y enseres											\$ -	
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)											\$ -	
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)											\$ -	
Tablet, computadores, sistema de red										\$ -		
Equipos de audio y video										\$ -		
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	9										\$ -	
Muebles y enseres											\$ -	
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)											\$ -	
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)											\$ -	
Tablet, computadores, sistema de red											\$ -	
Equipos de audio y video											\$ -	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)											\$ -	
Muebles y enseres											\$ -	
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)											\$ -	
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)											\$ -	
Tablet, computadores, sistema de red										\$ -		
Equipos de audio y video										\$ -		
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)	10										\$ -	
Muebles y enseres											\$ -	
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)											\$ -	
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)											\$ -	
Tablet, computadores, sistema de red											\$ -	
Equipos de audio y video											\$ -	
Construcción de Instalaciones (quinchos, vagones)											\$ -	
Muebles y enseres											\$ -	
Construcciones provisionales Juegos (muro, hams kids, plaza)											\$ -	
Instalaciones en general (eléctricas, de oficina)											\$ -	
Tablet, computadores, sistema de red										\$ -		
Equipos de audio y video										\$ -		
Depreciación Total Anual		\$77,291,695	\$77,291,695	\$64,374,399	\$32,062,831	\$30,804,813	\$36,633,632	\$38,690,990	\$41,316,296	\$40,530,077	\$89,213,382	
Depreciación Total Acumulada		\$77,291,695	\$154,603,310	\$208,977,695	\$240,940,457	\$271,745,310	\$308,378,942	\$346,969,931	\$388,286,748	\$438,816,825	\$508,029,807	
											\$508,029,807	

