

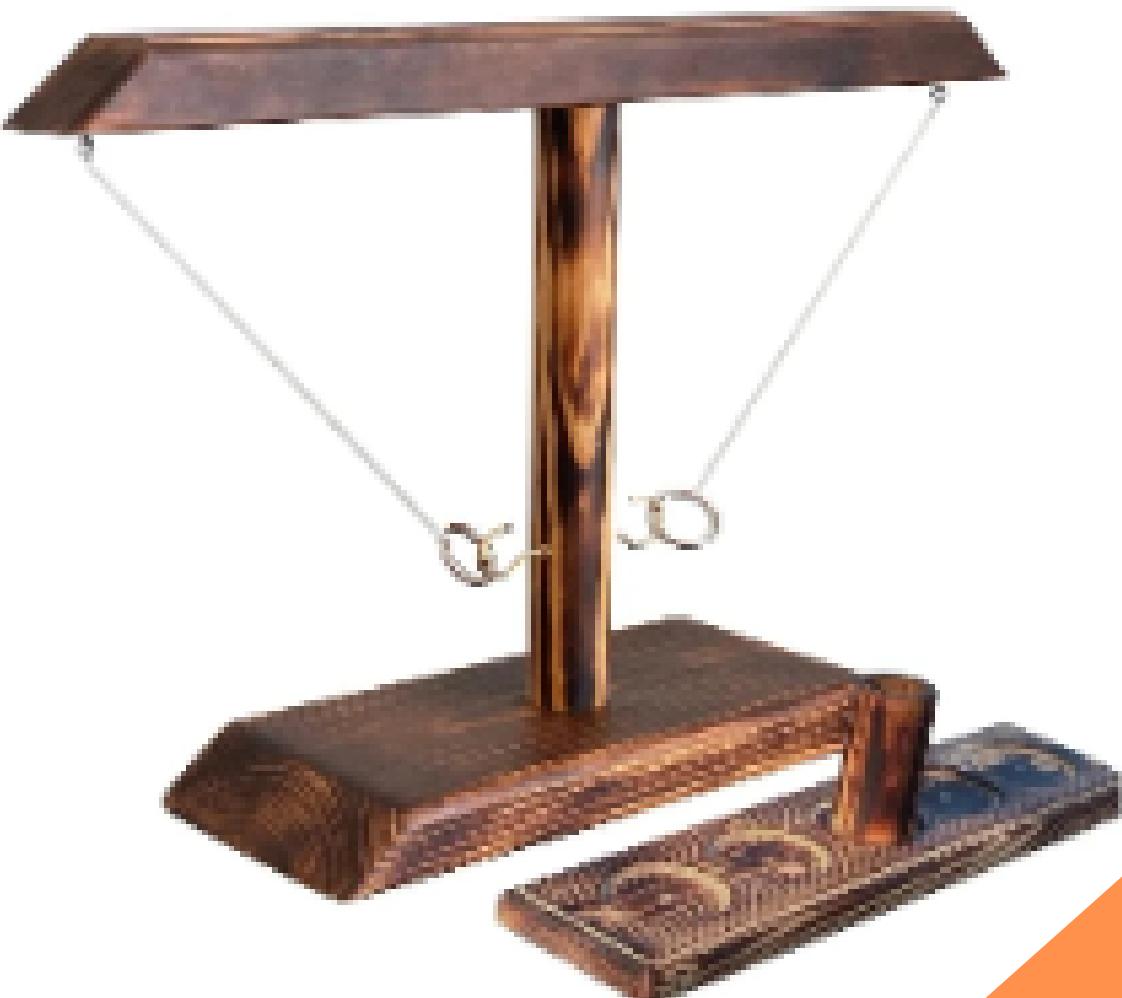


Achuntale SPA

ACHUNTALE

PRODUCTO

- Juego interactivo de madera.
- Producto diseñado para 2 jugadores.
- Apto para todas las edades dependiendo del líquido a consumir.
- Target: adulto y adulto joven.



"Derrota a tu oponente encestando la argolla en el gancho"



MISIÓN

Recuperar el tiempo perdido a través de la
entretenación.

“Hacer un mundo más entretenido”

¿QUIÉNES SOMOS?

VISIÓN

**"Convertirnos en una empresa reconocida
dentro de la región, relacionados al
entretenimiento y tiempo de calidad a
través de nuestro producto".**

VALORES

- Entretenimiento
- Recreación
- Convivencia

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

Perspectiva Financiera

- Resultados positivos
- Eficiencia sobre costos

Perspectiva del Cliente/Socio

- Valor añadido
- Distribución de utilidades favorable

Perspectiva de Procesos Internos

- Eficiencia en la producción
- Cumplir con las expectativas

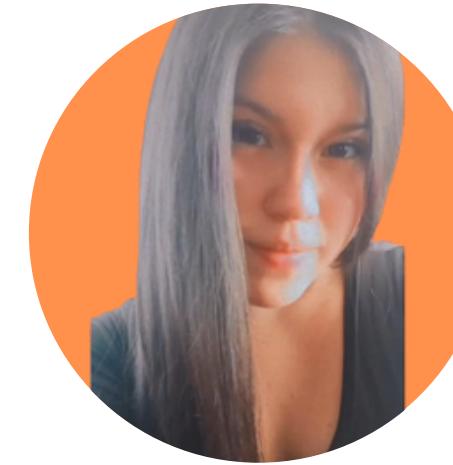
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA



Gerente General
David Ojeda



Gerente de Operaciones
Kevin Cruces



Gerente de Ventas
Valentina Ramírez



Gerente de Operaciones
Gerald Valenzuela



Gerente de Marketing
Alexis Pinto



Gerente de Finanzas
Santiago Abarca



Gerente de Administración
Gabriela González



Community Manager
Fernanda Agüero



Gerente de Innovación
Javiera Yakasovic

PLAN DE NEGOCIOS

ANALISIS INTERNO

- **DEBILIDADES**: Tiempo limitado de branding y limitación de jugadores
- **AMENAZAS**: Gran oferta de productos sustitutos digitales
- **FORTALEZA**: Calidad, presentación y precio accesible
- **OPORTUNIDADES**: Barreras de entrada bajas y gran interés de mercado

ANALISIS EXTERNO

tipo de fuerza	intensidad de la fuerza
intensidad de la competencia	baja
poder de negociacion de los clientes	baja
poder de negociacion de los proveedores	baja
amenaza de nuevos competidores	alta
amenaza nuevos productos (sustitutos)	media

TIPO DE ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR

- Potenciar las RRSS.
- Publicitar Instagram en base al M.O.
- Cronograma de Planificación de Publicaciones.



PLAN DE MARKETING

SONDEO DE MERCADO

124 Encuestados

- 88,7% 18-25 años
- 81,5% Son estudiantes
- 55,6% Lo comprarían entre \$10.000-\$13.000
- 34,7% Lo compraría entre \$13.000-\$15.000
- 91,9% Prefiere que sea desarmable

xxxx

MARKETING ESTRATEGICO

- Mercado
- Segmento objetivo
- Posicionamiento de marca
- Servicio personalizado

MARKETING OPERACIONAL

- Canal de comunicación
- Venta personalizada
- Logística

PLAN DE VENTAS

Valor del producto: \$12.990



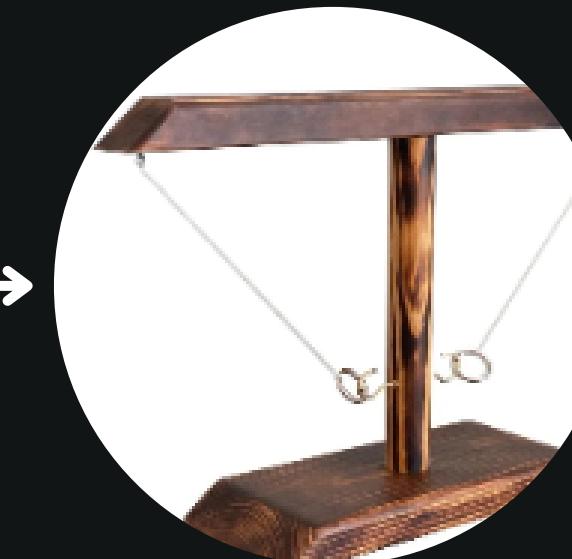
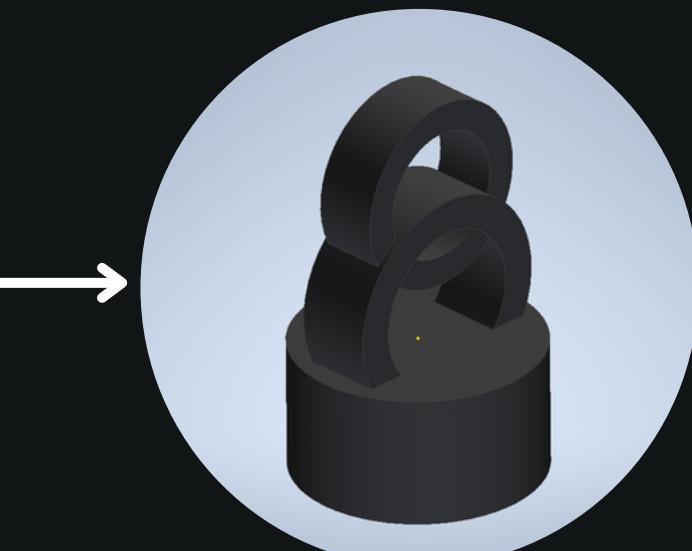
PLAN DÍA DEL ACCIONISTA

- Código QR y Estrategia Cero Papel.
- Juego de muestra.
- Concurso Instagram.
- Funciones rotativas.

PLAN DE OPERACIONES: INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS



PROCESO DE PRODUCCIÓN



LOGÍSTICA DE OPERACIONES

	Abril				Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis de mercado	.	.														
Cotizaciones			.	.												
Prototipo					.											
Producción						.	.	.								
Adquisición de productos								.								
Packaging									.	.						
Reservas									.							
Venta producto final												
Entregas											

PLAN PRESUPUESTARIO Y PLANIFICACIÓN

COSTOS PRODUCTOS

-Manufactura: \$316.437

-Packaging: \$111.996

-Fichas : \$20.400

-Vasos: \$79.560

TOTAL: \$528.393

COSTOS UNITARIOS

\$3.102

\$1.098

\$200

\$780 (2 vasos)

\$5.180

PLAN PRESUPUESTARIO Y PLANIFICACIÓN

- Proyección de Flujo de Caja y EE.RR

Flujo de Caja				
	Abril	Mayo	Junio	Julio
Ingresos				
	\$135.000	\$735.000	\$1.120.804	\$1.486.607
Caja				
		\$135.000	\$470.804	\$836.607
Capital Inicial				
	\$135.000			
Aporte de Capital				
		\$500.000		
Prestamo Bancario				
		\$100.000		
Ingredios				
			\$650.000	\$650.000
Egresos				
	\$0	\$264.197	\$284.197	\$121.000
Costos Operacionales				
		\$264.197	\$264.197	
Costo no Operacionales				
			\$20.000	\$20.000
Pago de pasivos				
				\$100.000
Intereses				
				\$1.000
Disponible		\$135.000	\$470.804	\$836.607
				\$1.365.607

Periodo	Abril	Mayo	Junio	Julio
	Pesos	Pesos	Pesos	Pesos
VENTAS				
A Consumidores	0	0	650.000	650.000
Menos costo de los Bienes	126.575	0	189.862	0
MARGEN BRUTO	-126.575	0	460.138	650.000
VENTA DE UNIDADES NO DISPONIBLES				
A consumidores	0	0	0	0
Menos costo de los Bienes	0	0	0	0
MARGEN BRUTO	0	0	0	0
MARGEN BRUTO TOTAL	-126.575	0	460.138	650.000
GASTOS OPERACIONALES				
Comercialización	48.000	48.000	48.000	48.000
Remuneraciones	48.000	48.000	48.000	48.000
Publicidad, Promociones, RSE, Diseño y Empaque	0	130.978	115.978	10.000
Difusión Redes Sociales	0	5.000	5.000	5.000
Entrega de flayers, stickers, etc.	0	5.000	5.000	5.000
Diseño de Empaques	0	55.998	55.998	0
Impresion 3D	0	15.000	0	0
Accesorios (vaso y fichas)	0	49.980	49.980	0
Transporte y seguro	0	0	15.000	15.000
Gasto por inventario	0	0	5.000	5.000
Servicio Post-Venta	0	0	0	0
GASTO OPERACIONAL TOTAL	48.000	178.978	183.978	78.000
UTILIDAD OPERACIONAL	-174.575	-178.978	276.160	572.000
UTILIDAD OPERACIONAL TOTAL	-174.575	-178.978	276.160	572.000
INGRESOS NO OPERACIONALES				
Emisión de Acciones	135.000	365.000	0	0
Capital Inicial	135.000	0	0	0
Capital Nuevo Socios	0	365.000	0	0
Prestamos Bancarios	0	100.000	0	0
TOTAL INGRESOS NO OPERAC.	135.000	465.000	0	0
GASTOS NO OPERACIONALES				
Por Intereses/Comisión	0	0	0	101.000
Gastos Varios	5.000	5.000	5.000	5.000
TOTAL GASTOS NO OPERAC.	5.000	5.000	5.000	106.000
Pérdidas, ganancias y ajustes	-44.575	281.022	271.160	466.000
UTILIDAD BRUTA	-44.575	281.022	271.160	466.000
Impuesto a la renta	0	75.876	73.213	125.820
UTILIDAD DEL PERIODO	-44.575	205.146	197.947	340.180
Retención de Utilidades	-44.575	160.571	358.518	698.698



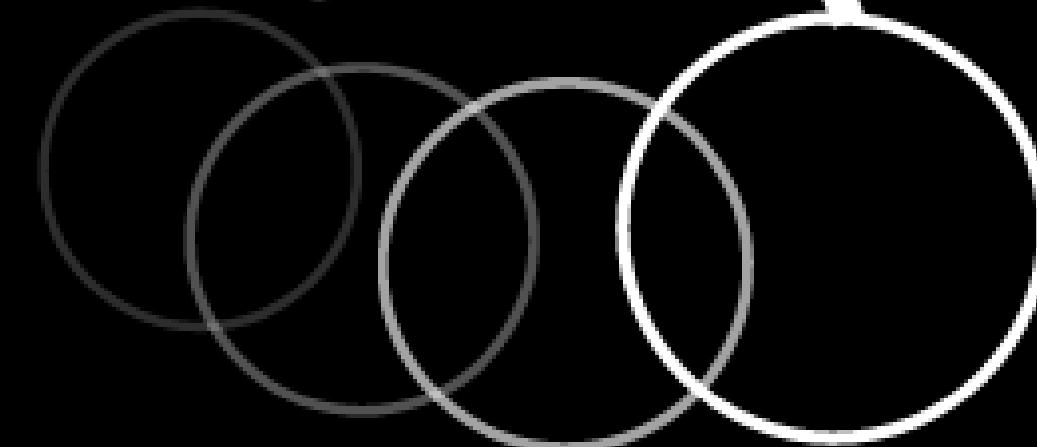
Achuntale SPA

ACHUNTALE

@ACHUNTALE_CL



ACHUNTALE



ACHUNTALE_CL



