

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO DE INGENIERIA COMERCIAL



**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA
INSTALACIÓN DE UNA TIENDA STARBUCKS EN SAN FELIPE.**

NICOLÁS SEBASTIÁN RUBILAR GINIEIS

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

PROFESOR GUÍA : MACARENA GATICA SILVA

PROFESOR CORREFERENTE : NESTOR MUÑOS URTUBIA

VALPARAÍSO, 10 DE SEPTIEMBRE, 2025.



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIDENCIALIDAD DE MONOGRAFÍA A REPOSITORIO ACADÉMICO

1.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO ACADÉMICO

Tipo de monografía (marcar una opción): ☒ Memoria o trabajo de título; ☐ Tesis de Postgrado;

Título del trabajo: Estudio de prefactibilidad técnica y económica para la instalación de una tienda Starbucks en San Felipe

Nombre del candidato(a): Nicolás Sebastián Rubilar Ginieis

Carrera / Grado: Ingeniería Comercial

Campus: Casa Central Valparaíso ; **Departamento:** ICOM

2.- VALIDACIÓN DEL PROFESOR GUÍA/DIRECTOR DE TESIS

Yo, Macarena Gatica Silva, en mi calidad de profesor(a) guía/director(a) del trabajo académico mencionado anteriormente **DEJO CONSTANCIA** que:

- He revisado esta versión del documento y corresponde a la versión final aprobada del trabajo.
- El trabajo cumple con los requisitos académicos y de formato establecidos por la institución

3.- EVALUACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD POR PROPIEDAD INDUSTRIAL

☒ El trabajo **NO contiene información que amerite confidencialidad** y puede ser publicado de inmediato en repositorio con acceso abierto.

☐ El trabajo **CONTIENE** información con potenciales implicancias de propiedad industrial o intelectual y requiere un periodo de confidencialidad (embargo) por:

☐ 6 meses; ☐ 12 meses; ☐ 2 años; ☐ 3 años; ☐ 5 años; ☐ 10 años

Fundamentación de la necesidad de confidencialidad (obligatorio si se solicita embargo):

4.- FIRMAS

Profesor(a) guía o director(a) de memoria o tesis:

Fecha: 25/08/2025

; Firma:

Estudiante o Candidato(a):

Fecha: 25/08/2025

; Firma:

Este formulario debe ser insertado como página 2 de la memoria o tesis, completado y firmado por estudiante y profesor(a) antes de la entrega en portal PRISMA de Biblioteca USM.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer profundamente a mi familia, quienes siempre me brindaron su apoyo y confianza incondicional a lo largo de este camino. Sin ellos, esto no habría sido posible. En especial, a mi querida lela Sonia, que desde el cielo me acompaña y quien siempre me dijo que quería verme con un título profesional. A mi novia, Antonia Ahumada, por su paciencia, cariño y compañía durante gran parte de este proceso, siendo un pilar fundamental en los momentos más difíciles. Y a mis amigos, Emanuel Ruz, Pablo Rebolledo y Matías Vidal, por su apoyo, consejos y alegría, que hicieron de este recorrido una experiencia más llevadera y significativa. Este logro es tan mío como de todos ustedes, y con gratitud lo comparto con todos quienes siempre creyeron en mí.

RESUMEN EJECUTIVO

PALABRAS CLAVE: Cafetería, Starbucks, Cadena internacional

Este estudio de prefactibilidad técnica y económica evalúa la viabilidad de establecer una tienda Starbucks en San Felipe, región de Valparaíso. La propuesta surge del análisis de la situación demográfica local y del crecimiento del consumo de café en Chile, identificando una oportunidad para la expansión de la marca en un mercado aún no explorado por cadenas internacionales de cafeterías. Además, este proyecto busca contribuir al desarrollo de la ciudad y diversificar la oferta para los consumidores locales.

Starbucks, fundada en 1971 en Seattle, EE.UU., es una de las cadenas de cafeterías más reconocidas a nivel mundial, destacándose por su variada oferta de cafés, té, repostería y otros productos, así como por su ambiente diseñado para el trabajo, el descanso y la socialización.

El estudio abarca un análisis de mercado para identificar el público objetivo, estimar la demanda potencial y evaluar la competencia en la zona. Posteriormente, se desarrolla un estudio técnico que define la ubicación óptima del local, la capacidad operativa, la dotación de personal y el portafolio de productos. También se incluye un análisis legal que detalla los permisos y requisitos necesarios para la obtención de la patente municipal.

Finalmente, se realiza un estudio financiero en el que se estima la inversión inicial de \$63.626.632, se proyectan flujos de caja y se calculan indicadores clave como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y un período de recuperación (PRI).

Los resultados de este estudio permitirán determinar la viabilidad técnica y económica del proyecto, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas.

ABSTRACT

KEYWORDS: Coffee shop, Starbucks, International chain

This technical and economic pre-feasibility study evaluates the viability of establishing a Starbucks store in San Felipe, Valparaíso region. The proposal arises from an analysis of the local demographic situation and the growing coffee consumption in Chile, identifying an opportunity for the brand's expansion in a market not yet explored by international coffee chains. Additionally, this project seeks to contribute to the city's development and diversify the options available to local consumers.

Starbucks, founded in 1971 in Seattle, USA, is one of the most recognized coffee shop chains worldwide, known for its diverse selection of coffee, tea, pastries, and other products, as well as its inviting atmosphere designed for work, relaxation, and socializing.

The study includes a market analysis to identify the target audience, estimate potential demand, and assess the competition in the area. Subsequently, a technical study is conducted to determine the optimal location for the store, operational capacity, staffing requirements and product portfolio. A legal analysis is also included, outlining the permits and requirements needed to obtain the municipal license.

Finally, a financial study is carried out to estimate the initial investment of \$63.626.632, project cash flows, and calculate key indicators such as the Net Present Value (NPV), the Internal Rate of Return (IRR), and a payback period.

The results of this study will determine the technical and economic feasibility of the project, providing a solid foundation for strategic decision-making.

SIGLAS Y SIMBOLOGÍAS

UF: Unidad de fomento.

\$: Pesos Chilenos.

VAN: Valor Actual Neto.

UTM: Unidad Tributaria Mensual.

TIR: Tasa Interna de Retorno.

PRI: Período Retorno de Inversión.

SII: Servicio Impuestos Internos.

IVA: Impuesto al Valor Agregado.

CAGR: Tasa de Crecimiento Anual Compuesta.

WACC: Costo Promedio Ponderado de Capital.

Ke: Costo del Capital Propio.

CAPM: Modelo de Valoración de Activos de Capital.

IDPC: Tasa de Impuesto de Primera Categoría.

INAPI: Instituto Nacionales de Propiedad Industrial.

PIB: Producto Interno Bruto.

INE: Instituto Nacional de Estadísticas.

CASEN: Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional.

OIC: Organización Internacional del Café.

CIP: Certificado de Informaciones Previas.

DOM: Dirección de Obras Municipales.

SEREMI: Secretaría Regional Ministerial.

CMF: Comisión para el Mercado Financiero.

Tabla de contenido

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Propósito del proyecto	10
1.2 Objetivos.....	10
1.2.1 Objetivo general.....	10
1.2.2 Objetivo específicos	10
1.3 Metodología a emplear.....	11
1.4 Alcances y limitaciones	12
1.5 Descripción de la situación actual.....	12
1.5.1 Del país.....	12
1.5.2 Del consumo de café.....	13
2 CAPITULO II. NATURALEZA DEL PROYECTO.....	15
2.1 Nombre del proyecto.....	15
2.2 Justificación del proyecto.....	15
2.3 Misión y visión	15
2.3.1 Misión.....	15
2.3.2 Visión.....	15
2.4 Análisis FODA	16
2.4.1 Análisis FODA Interno	16
2.4.2 Análisis FODA Competencia	16
2.4.3 Conclusión Análisis FODA.....	17
3 CAPITULO III. ESTUDIO DE MERCADO.....	18
3.1 Estudio de mercado	18
3.1.1 Objetivo del estudio.....	18
3.1.2 Etapas del estudio de mercado.....	18
3.2 Recopilación de información de fuentes secundarias	19
3.2.1 Visión general del panorama cafetero en la región.....	19
3.2.2 Caracterización demográfica y económica de la Provincia de San Felipe	20
3.2.3 Caracterización del consumidor en Chile	21

3.2.4	Conclusión del tamaño de mercado	22
3.3	Recopilación de información de fuentes primarias.....	23
3.3.1	Región de Valparaíso	23
3.3.2	Tamaño de la Muestra	25
3.3.3	Descripción de la muestra	27
3.3.4	Análisis de la encuesta por pregunta.....	28
3.3.5	Conclusión de los resultados de la encuesta	42
3.4	Análisis de la competencia	43
3.5	Análisis de la demanda	47
3.5.1	Tipos de demanda.....	47
3.5.2	Cliente/Consumidor	49
3.5.3	Proyección de la demanda.....	49
4	<i>CAPITULO IV. ANÁLISIS TÉCNICO.....</i>	55
4.1	Ubicación del Starbucks	55
4.2	Cálculo de aforo	56
4.3	Layout del local	57
4.4	Productos.....	59
4.5	Recetas estandarizadas.....	59
4.6	Equipo, mobiliario y utensilios	60
4.7	Requerimientos de personal	62
4.7.1	Turnos Propuestos	63
4.7.2	Horario de atención del local.....	63
4.7.3	Resumen de personal total.....	64
4.7.4	Justificación del personal	64
4.8	Capacidad instalada y nivel de producción estimado	65
5	<i>CAPITULO V. ANÁLISIS LEGAL.....</i>	66
5.1	Informaciones previas	66
5.2	Autorización sanitaria.....	67

5.3	Sociedad	68
5.4	Inicio de Actividades	69
5.5	Patente Comercial	70
5.6	Registros de Marca	70
6	<i>CAPITULO VI. ESTUDIO FINANCIERO</i>	71
6.1	Cálculo de indicadores financieros	72
6.1.1	Valor actual neto (VAN)	72
6.1.2	Tasa interna de retorno (TIR).....	73
6.1.3	Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	74
6.2	Inversión inicial	74
6.2.1	Inversión en activo fijo intangible identificables	74
6.2.2	Inversión en activo fijo tangible.....	75
6.3	Costos Fijos	77
6.3.1	Costos fijos por remuneración.....	77
6.3.2	Costo fijo por arriendo.....	78
6.3.3	Costos fijos por servicios básicos	78
6.3.4	Costos fijos por permisos.....	80
6.3.5	Costos fijos por gastos generales.....	81
6.4	Costos variables.....	82
6.4.1	Materia prima	82
6.4.2	Insumos	83
6.5	Capital de trabajo	84
6.6	Inversión inicial total	85
6.7	Depreciación	86
6.8	Tasa de descuento (Ke)	88
6.9	Flujo de caja proyecto puro.....	89
6.10	Inversión	94
6.11	Financiamiento.....	94

6.12	Tasa de descuento (WACC)	96
6.13	Flujo de caja proyecto financiado	97
6.14	Análisis de sensibilidad	102
7	<i>CAPITULO VII. CONCLUSIÓN.....</i>	103
8	<i>REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS</i>	106
9	<i>ANEXOS</i>	111

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Propósito del proyecto

Este estudio busca determinar la factibilidad técnica y económica de abrir una tienda Starbucks en San Felipe.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Evaluar la prefactibilidad técnica y económica para la instalación de una tienda Starbucks en San Felipe.

1.2.2 Objetivo específicos

1. Analizar el mercado local de cafeterías en San Felipe.
2. Identificar el perfil del consumidor objetivo de Starbucks en la ciudad.
3. Evaluar la competencia directa e indirecta.
4. Determinar la ubicación óptima para la tienda Starbucks considerando la accesibilidad y el flujo de clientes.
5. Conocer la estructura operativa y la oferta de productos.
6. Identificar los requerimientos legales y normativos para la apertura y operación del negocio.
7. Estimar la inversión inicial, costos operativos y posibles fuentes de financiamiento.
8. Realizar un análisis financiero que incluya indicadores como VAN, TIR y PRI.

1.3 Metodología a emplear

Para evaluar la prefactibilidad técnica y económica de la instalación de una tienda Starbucks en San Felipe, se emplearán los siguientes métodos:

1. Análisis del mercado local de cafeterías.
 - Revisión de fuentes secundarias sobre el consumo de café en Chile y la presencia de marcas internacionales.
 - Estudio de la oferta y demanda en San Felipe mediante información disponible y encuestas.
2. Identificación del perfil del consumidor objetivo
 - Aplicación de encuestas a una muestra representativa de la población de San Felipe.
 - Análisis de hábitos de consumo y preferencias.
3. Evaluación de la competencia
 - Identificación de las principales cafeterías y marcas internacionales en la ciudad.
 - Análisis de estrategias comerciales y propuesta de valor de la competencia.
4. Determinación de la ubicación óptima
 - Análisis de flujo de clientes y zonas comerciales estratégicas.
5. Conocer la estructura operativa y la oferta de productos
 - Conocer la capacidad operativa y la dotación de personal.
 - Conocer el portafolio de productos.
6. Identificación de requisitos legales y normativos
 - Revisión de normativas municipales y sanitarias aplicables.
 - Consulta en instituciones estatales sobre permisos y licencias requeridas.

7. Estimación de la inversión inicial y financiamiento
 - Cálculo de costos de habilitación del local, equipamiento y capital de trabajo.
 - Evaluación de fuentes de financiamiento disponibles.
8. Análisis financiero y evaluación de factibilidad.
 - Elaboración de proyecciones financieras considerando ingresos, costos y utilidades.
 - Aplicación de indicadores financieros como VAN, TIR y PRI.

1.4 Alcances y limitaciones

El alcance de este proyecto es realizar un estudio de prefactibilidad técnica y económica para la instalación de una tienda Starbucks en la ciudad de San Felipe. A través de este análisis, se busca determinar si el negocio es viable en términos de mercado, operación y rentabilidad. La tienda proyectada será una sucursal operada directamente por Starbucks Coffee Chile S.A., sociedad controlada por Alsea S.A.B. de C.V., lo que implica que se analiza bajo el modelo corporativo de expansión que utiliza la marca en el país.

Sin embargo, este estudio presenta ciertas limitaciones. Los datos utilizados en el análisis de mercado y las proyecciones financieras corresponden a información disponible al momento de la investigación, por lo que podrían quedar desactualizados con el tiempo. Asimismo, el estudio no considera variaciones futuras en factores macroeconómicos, regulaciones o estrategias de la marca Starbucks a nivel global que puedan afectar la viabilidad del proyecto.

1.5 Descripción de la situación actual

1.5.1 Del país

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), la población de Chile alcanzará aproximadamente 21.137.769 habitantes en 2035, lo que representa un crecimiento del 20% en comparación con los 17.574.003 habitantes registrados en el Censo de 2017. En la Región

de Valparaíso, la población aumentaría de 1.815.902 a 2.162.052 personas, reflejando un incremento del 19%. (INE, 2019)

En el ámbito político, Gabriel Boric, nacido en Punta Arenas el 11 de febrero de 1986, es el actual presidente de la República de Chile desde el 11 de marzo de 2022, siendo el mandatario más joven en asumir este cargo en la historia del país. (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2020)

Durante 2024, la economía chilena mostró signos de recuperación, con un crecimiento del 2,6% del Producto Interno Bruto (PIB), impulsado principalmente por un repunte en las exportaciones durante el cuarto trimestre. (Banco Central de Chile, 2024)

En el mercado laboral, en 8,9% se ubicó la tasa de desocupación en Chile durante el trimestre abril – junio de 2025, de acuerdo con la información entregada por la Encuesta Nacional de Empleo (ENE), elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE). Mientras que el desempleo masculino llegó a 8,1%, el femenino aumentó a 9,9%, evidenciando mayores dificultades para la inserción laboral de las mujeres. (INE, 2025)

Por otro lado, la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) 2022, realizada entre el 2 de noviembre de 2022 y el 2 de febrero de 2023, reveló que la pobreza por ingresos en Chile alcanzó un 6,5%, su nivel más bajo registrado. Esta cifra representa una disminución significativa en comparación con el 10,8% registrado en 2020 y el 8,6% en 2017. (Araya, 2024)

1.5.2 Del consumo de café

El consumo mundial de café va en aumento. Según los datos de la Organización Internacional del Café, se espera que el consumo mundial crezca un 1,7% hasta alcanzar los 178,5 millones de sacos de 60 kg en 2022/23. Estados Unidos se destaca como el mayor importador global de café, impulsado por su alta demanda y cambios culturales en el consumo. Brasil, por su

parte, se destaca como el mayor exportador de café a nivel mundial, debido a su producción masiva y la calidad de sus granos. (Hedgepoint, 2023) (Statista, 2024)

En Chile, el consumo de café ha estado aumentando significativamente en los últimos años. Entre 2011 y 2018, el consumo total aumentó un 175%, y se proyectaba un crecimiento adicional del 98% hacia fines de 2024, según Euromonitor. De acuerdo con la Organización Internacional del Café (OIC), los chilenos consumen en promedio entre 0,8 y 1 kg de café per cápita al año, lo que se traduce en un consumo total estimado entre 17,5 y 21 millones de kilogramos anuales. Esta cifra equivale aproximadamente a 0,35 a 0,5 millones de sacos de 60 kg. Si bien este volumen es considerable para el contexto local, el consumo chileno continúa siendo menor en comparación con países como Brasil (1.320 millones de kg), Colombia (150 millones de kg) o México (90 millones de kg). Esta diferencia se explica en parte porque en Chile predominan el consumo de café soluble y la tradición del té, lo cual limita el desarrollo del consumo de café tostado y molido. Sin embargo, cada vez se están haciendo más populares las cafeterías especializadas y el consumo de café de mayor calidad, especialmente en los segmentos urbanos y jóvenes. (Como me gusta, 2022) (Paislobo, 2022) (OIC, 2023) (USDA, 2025)

Este aumento en el consumo de café en Chile ha sido impulsado por varios factores, incluyendo una mayor disponibilidad de café de calidad, el crecimiento de cafeterías nacionales e internacionales y el cambio en los hábitos de consumo de los chilenos, que prefieren cada vez más el café sobre otras bebidas calientes como el té. Además, el incremento del PIB del país ha contribuido a este crecimiento, ya que con un mayor poder adquisitivo, los consumidores tienen más capacidad para probar productos de mayor calidad. (Expert Market Research, s.f.)

Como resultado del censo cafetero realizado en 2022, que abarcó 1.701 cafeterías, incluyendo tanto cafeterías comerciales como de especialidad, distribuidas a lo largo de todas las regiones del país. De estas, el 38,57% se encuentran en la Región Metropolitana, mientras que un 16,23% se ubican en la V Región. La región con el mayor porcentaje de variación en el número de cafeterías entre 2019 y 2022 es la Región de Valparaíso, que experimentó un aumento del 263%, pasando de 76 a 276 cafeterías, es decir, se abrieron 200 nuevas cafeterías

en tan solo 3 años, lo que sugiere una creciente demanda y popularidad de esta bebida, especialmente en la región de Valparaíso. (Expo Café Chile, 2024)

2 CAPITULO II. NATURALEZA DEL PROYECTO

2.1 Nombre del proyecto

“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA INSTALACIÓN DE UNA TIENDA STARBUCKS EN SAN FELIPE”.

2.2 Justificación del proyecto

La oferta de cafeterías en San Felipe se compone principalmente de negocios locales, sin presencia de cadenas internacionales que puedan ofrecer una experiencia diferenciada. El entorno es favorable para la instalación de nuevas marcas globales, como ha sucedido con otras franquicias en el rubro de comida rápida. Además, el modelo de negocio de Starbucks, basado en calidad, personalización y sostenibilidad, responde a las tendencias actuales de consumo.

2.3 Misión y visión

2.3.1 Misión

“Inspirar y nutrir el espíritu humano: Una persona, una taza y una comunidad a la vez.”
(Starbucks, s.f.)

2.3.2 Visión

“Ser el principal proveedor del mejor café del mundo.” (Starbucks, 2025)

2.4 Análisis FODA

2.4.1 Análisis FODA Interno

Fortalezas:

- Marca reconocida a nivel mundial con fuerte posicionamiento.
- Estándares de calidad y experiencia diferenciada para el cliente.
- Variedad de productos y opciones de personalización.
- Estrategias de fidelización consolidadas.

Oportunidades:

- Expansión en mercados con poca presencia de cafeterías internacionales.
- Tendencia creciente hacia el consumo de café de especialidad.
- Potencial para estrategias de marketing digital y delivery.
- Posibilidad de alianzas con comercios locales para aumentar la visibilidad.

Debilidades:

- Costos operativos y de inversión inicial elevados.
- Dependencia de proveedores específicos y estándares internacionales.
- Precio superior a la media del mercado local.

Amenazas:

- Fluctuaciones económicas que puedan afectar el poder adquisitivo de los consumidores.
- Regulaciones locales que puedan impactar la operación.
- Cambios en las preferencias de los consumidores hacia opciones más económicas.

2.4.2 Análisis FODA Competencia

Fortalezas:

- Competencia local con precios más accesibles.
- Ubicaciones estratégicas de cafeterías establecidas.
- Clientes fidelizados por cafeterías independientes.
- Ambiente acogedor y personalizado en locales de negocios.

Oportunidades:

- Falta de cadenas internacionales en el segmento premium.
- Posibilidad de diferenciarse con nuevos productos o servicios.
- Expansión del consumo de café en distintos segmentos etarios.
- Creciente cultura del café impulsada por consumidores más exigentes.

Debilidades:

- Limitada capacidad de innovación en negocios pequeños.
- Menor reconocimiento de marca a nivel nacional e internacional.
- Dependencia de clientes locales sin estrategias de fidelización digital.

Amenazas:

- Posible adaptación de la competencia ante la llegada de Starbucks.
- Diferenciación de la competencia con precios más bajos.
- Cambios en hábitos de consumo que benefician a cafeterías más económicas.
- Preferencia por apoyar comercios locales en lugar de grandes cadenas.

2.4.3 Conclusión Análisis FODA

El análisis muestra que la instalación de Starbucks en San Felipe es viable, aprovechando su reconocimiento global, calidad diferenciada y estrategias de fidelización. La falta de cafeterías internacionales en el segmento premium y el crecimiento del consumo de café de especialidad representan oportunidades clave.

Sin embargo, los altos costos operativos y la competencia local con precios más accesibles son desafíos a considerar. Para garantizar el éxito, será fundamental una estrategia que

equilibre costos, adapte la oferta al mercado y refuerce la diferenciación frente a las cafeterías locales.

3 CAPITULO III. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Estudio de mercado

El estudio de mercado es fundamental para evaluar la viabilidad de la instalación de una tienda Starbucks en San Felipe, identificando la demanda potencial, el perfil de los consumidores y la competencia existente.

3.1.1 Objetivo del estudio

Los objetivos del estudio de mercado son:

- Identificar y cuantificar la demanda potencial de una tienda Starbucks en San Felipe.
- Determinar el perfil de los consumidores y sus preferencias de compra.
- Evaluar la percepción de los precios de Starbucks en el mercado local y su impacto en la decisión de compra de los consumidores.
- Analizar los principales canales de comercialización y estrategias de posicionamiento.

3.1.2 Etapas del estudio de mercado

Para el desarrollo de este estudio de mercado, se definen cuatro etapas:

1. Definir los objetivos y el problema a abordar.

Se establecen las preguntas clave del estudio, como el tamaño del mercado, la competencia y la viabilidad del negocio.

2. Investigación exploratoria.

Se recopila información de fuentes secundarias como estudios de mercado, publicaciones especializadas, estadísticas y reportes del sector.

3. Recolección de información en fuentes primarias.

Se obtiene información directa de los consumidores a través de:

- Encuestas dirigidas a potenciales clientes.
- Observación de hábitos de consumo en cafeterías locales.
- Entrevistas o focus groups para evaluar percepciones sobre Starbucks.

4. Análisis de datos y desarrollo de conclusiones.

Se interpretan los resultados obtenidos para identificar tendencias, oportunidades y desafíos del mercado, permitiendo determinar la factibilidad del proyecto.

3.2 Recopilación de información de fuentes secundarias

3.2.1 Visión general del panorama cafetero en la región

Según el segundo Censo Cafetero de Expo Café Chile 2022, existen 1.701 cafeterías en el país, con la mayor concentración en la Región Metropolitana de Santiago con 656 cafeterías (38,57%). La Región de Valparaíso ocupa el segundo lugar con 276 cafeterías (16,23%), reflejando una creciente demanda en la zona. (Expo Café Chile, 2024)

Comparando con el primer censo de 2019, la Región de Valparaíso mostró un notable crecimiento del 263,16%, pasando de 76 a 276 cafeterías en solo tres años. Este aumento indica una expansión sostenida del mercado del café y mayores oportunidades para la llegada de nuevas marcas. (Expo Café Chile, 2024)

Claudia Aburto, directora de Starbucks para Alsea en Sudamérica, destacó que Chile es el mercado más importante de la región, con un 51% de participación y los mayores ingresos para la firma. Actualmente, Starbucks cuenta con 171 tiendas en el país, entre las que se destacan las ubicadas en aeropuertos, por su alto volumen de clientes, y la tienda Reserve en

Las Condes. Además, la estrategia de expansión se está enfocando en regiones, existen 12 tiendas en la Región de Valparaíso: 4 en Viña del Mar, 2 en Valparaíso, 2 en Reñaca, 2 en Quilpué, 1 en Quillota y 1 en Curauma. Esta es la segunda región que cuenta con la mayor cantidad de tiendas Starbucks solo por detrás de la Región Metropolitana que cuenta con 132, la tabla completa está en el ANEXO F. (La Tercera, 2024) (THE CLINIC, 2024)

Tabla 3.2.1 “Tiendas Starbucks en la región de Valparaíso”

Nº	Dirección	Nombre tienda	Región	Ciudad
1	Cinco Norte 112, Viña del Mar	VIÑA DEL MAR SAN MARTIN	V	Viña del Mar
2	14 Norte 880, loc. 7, Boulevard Marina Arauco, Viña del Mar	MALL MARINA ARAUCO	V	Viña del Mar
3	Plaza Sotomayor 212, Valparaíso.	PLAZA SOTOMAYOR	V	Valparaíso
4	Av. Libertad 860, Viña del Mar	LIBERTAD	V	Viña del Mar
5	Av. Argentina Nº 602 local 100 y 200, Valparaíso	MALL VALPARAÍSO	V	Valparaíso
6	Av. Borgoño 13955 local 1 y 6 Viña del mar	PORTAL REÑACA	V	Reñaca
7	14 Norte 976 local 110 Viña Del Mar	MARINA ARAUCO 2	V	Viña del Mar
8	Carlos Condell 1687, Quillota	QUILLOTA	V	Quillota
9	Eluchans 1980, Viña del Mar.	REÑACA ALTO DT	V	Reñaca
10	Av. Los Carrera Nº 754 local 126-128 Quilpué	SBX MALL PASEO QUILPUE	V	Quilpué
11	Av. freire 2414 local 1089	EL BELLLOTO	V	Quilpué
12	AV. Undécima 1605 local 25	CURAUMA DT	V	Curauma

Fuente: Elaboración propia.

3.2.2 Caracterización demográfica y económica de la Provincia de San Felipe

Según las cifras del Banco Central, en 2019 la Región de Valparaíso aportó el 8,5% del subtotal regionalizado del Producto Interno Bruto (PIB), posicionándose en el tercer lugar. La Región Metropolitana encabezó la lista con un 46,7%, seguida por la Región de Antofagasta, que representó el 10,4% del total regionalizado del PIB. (ASIVA, 2021)

La Provincia de San Felipe de Aconcagua se ubica en el interior de la Región de Valparaíso, dentro de la macro región Central. Limita al norte con la Provincia de Petorca, al oeste con la Provincia de Quillota, al sur con la Región Metropolitana y al este con la Provincia de Los

Andes y el territorio argentino. Está conformada por las comunas de San Felipe, Putaendo, Santa María, Panquehue, Llay-Llay y Catemu, siendo San Felipe su capital provincial. Según el Censo de 2017, la población de la provincia asciende a 154.718 habitantes. (ASIVA, 2021)

Según datos del Servicio de Impuestos Internos, la provincia de San Felipe cuenta con un total de 10,893 empresas. Los sectores con mayor participación son el comercio (33,8%) y la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (18,4%), ambos concentrados principalmente en la comuna de San Felipe. Esta última destaca como la comuna con el mayor tejido empresarial de la provincia, al contar con 5.774 empresas, lo que representa el 53,0% del total. (ASIVA, 2021)

En relación a la base de datos, entregada por el Ministerio de Planificación, obtenida de la encuesta CASEN 2017, se puede mencionar que en la Provincia de San Felipe y Los Andes un 41,7% de las personas se encuentran ocupadas, un 14,8% se encuentran desocupadas, y un 24% están inactivas, el 19,6% restante no respondió sobre su estado laboral actual. (ASIVA, 2021)

3.2.3 Caracterización del consumidor en Chile

El mercado del café en Chile se caracteriza por una alta dependencia de las importaciones, las cuales en 2020 provinieron de 43 países. Brasil lideró con una participación del 69,36%, seguido por España (5,25%) y Colombia (4,3%). Sin embargo, los consumidores chilenos consideran a Colombia como el mejor origen cafetero, seguido de Kenia, Etiopía, Guatemala y Brasil. (ANA CAFÉ, 2020)

Perfil del consumidor

El estudio sobre la caracterización del consumidor de café en Chile, basado en encuestas a más de 2.400 personas, revela que el 68,3% de los consumidores son profesionales con grados académicos o postgrados, y un 30% tiene ingresos superiores a \$1.000.000. Además, el 43,9% de los encuestados presenta un perfil hedonista, caracterizado por su disposición a experimentar y probar nuevas opciones. (ANA CAFÉ, 2020)

Hábitos de consumo

Existe una marcada preferencia por el café en grano (50,7%) y molido (29,9%) sobre el café instantáneo o soluble. El momento predilecto para su consumo es la mañana (94,4%), aunque el 42% de los encuestados declara beber café a lo largo del día. La mayoría lo consume en casa (86,7%), aunque cuatro de cada diez alternan entre el hogar, cafeterías y la oficina. En términos de frecuencia, el consumo promedio es de 2,8 tazas diarias y 6,3 tazas semanales, con un 76,9% de consumidores que lo toman todos los días. En cuanto a preferencias de acompañamiento, el 25% prefiere el café con leche, mientras que el 53% lo disfruta con algo dulce o simplemente solo. (ANA CAFÉ, 2020)

Hábitos de compra

El 75,4% de los consumidores adquiere personalmente el café que consume, siendo clientes y consumidores a la vez. La compra presencial (80%) sigue siendo el canal preferido, por encima de la opción digital. Los factores más influyentes en la decisión de compra son el sabor (44,2%) y la calidad (37%), mientras que el precio tiene una menor incidencia (4%). En cuanto a las fuentes de información para elegir una marca, las recomendaciones de amigos o familiares son las más relevantes (41,2%), seguidas por la búsqueda en canales digitales (24,1%) y la observación en góndolas de supermercados (18,2%). (ANA CAFÉ, 2020)

Conocimiento y Registro de Marca

Las marcas con mayor grabación en la categoría son aquellas con presencia en el retail. Juan Valdez y Nescafé lideran el reconocimiento, seguidos por Cruzeiro, Starbucks, Nespresso, Marley y Gold, que también presentan una alta penetración en el mercado. (ANA CAFÉ, 2020)

3.2.4 Conclusión del tamaño de mercado

El análisis del mercado muestra un entorno favorable para la instalación de una tienda Starbucks en San Felipe. El notable crecimiento del sector cafetero en la Región de Valparaíso, junto con la consolidación de San Felipe como el principal centro económico de

la provincia, refuerzan la viabilidad del proyecto. Además, el perfil del consumidor chileno demuestra una alta valoración por la calidad y la experiencia del producto, factores clave en la propuesta de Starbucks.

La baja presencia de cadenas internacionales en el segmento premium en San Felipe representa una oportunidad estratégica para captar clientes y posicionar la marca. En este contexto, la apertura de una tienda Starbucks permitiría aprovechar el crecimiento sostenido del mercado y responder a una demanda en aumento, asegurando así su sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo.

3.3 Recopilación de información de fuentes primarias

3.3.1 Región de Valparaíso

Durante el Censo de Población y Vivienda realizado entre marzo y julio de 2024, se censaron un total de 1.896.053 personas en la Región de Valparaíso, de las cuales el 51,8% corresponde a mujeres y el 48,2% a hombres, según informó el director regional del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), Leonardo Pantoja. (INE, 2025)

Esta cifra representa un incremento del 4,4% en comparación con el Censo de 2017 y equivale al 10,3% de la población total censada a nivel nacional, posicionando a Valparaíso como la segunda región más poblada del país. (INE, 2025)

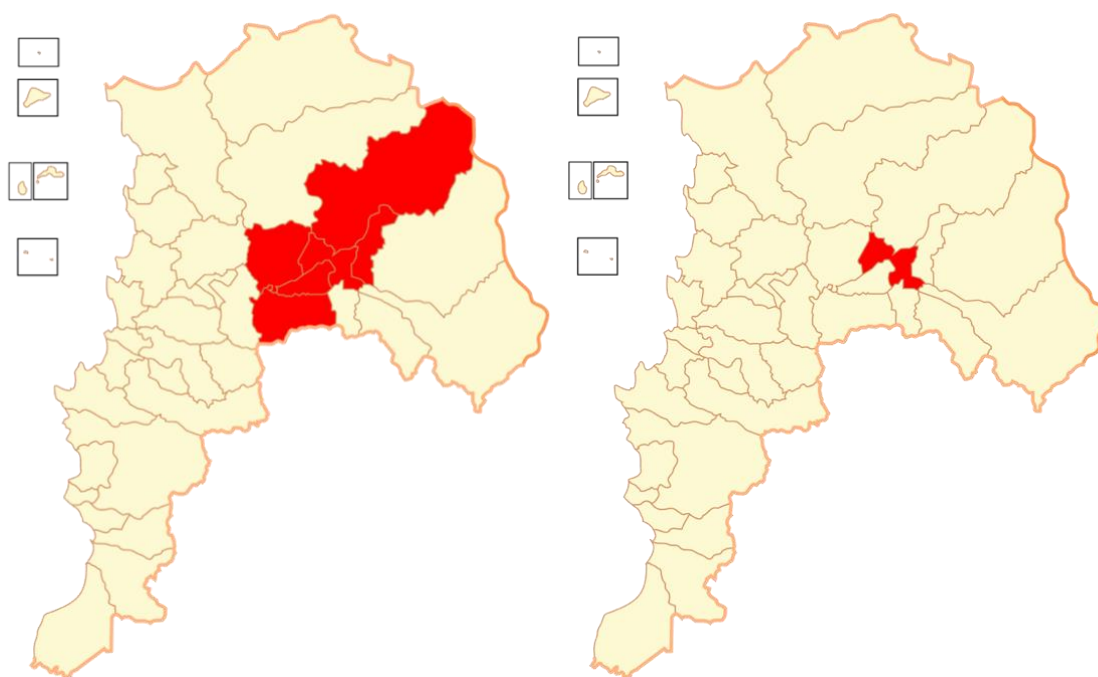
Dentro de la región, las comunas con mayor concentración de habitantes son Viña del Mar, que agrupa el 17,7% del total regional, y Valparaíso, con un 15%. (INE, 2025)

A la fecha de elaboración de este estudio, aún no se han publicado los datos censales actualizados correspondientes a la comuna y provincia de San Felipe. Por este motivo, se ha optado por realizar una estimación referencial basada en el crecimiento promedio regional del 4,4%, lo cual no constituye un dato oficial, pero sí permite tener una aproximación útil para fines analíticos.

De acuerdo con los resultados del Censo 2017, la comuna de San Felipe contaba con una población de 76.844 habitantes. Al ser la capital de la provincia de San Felipe de Aconcagua, la cual está compuesta por seis comunas (Catemu, Llay Llay, Panquehue, Putaendo y Santa María.), San Felipe cumple un rol clave como centro administrativo y comercial de la zona. En conjunto, la provincia registraba una población total de 154.718 habitantes en 2017. Si se aplica el crecimiento promedio regional del 4,4% observado entre 2017 y 2024, se estima que la población provincial para este último año alcanzaría aproximadamente los 161.526 habitantes.

En las imágenes a continuación se presenta el mapa de la Región de Valparaíso. En la imagen de la izquierda, las ciudades marcadas en rojo corresponden a la provincia de San Felipe. En la imagen de la derecha, se muestra exclusivamente la ciudad de San Felipe.

Gráfico 3.3.1 “Mapa de la Región de Valparaíso”



3.3.2 Tamaño de la Muestra

Esta encuesta será con una muestra dirigida, utilizándola como herramienta de investigación. Como no es posible encuestar a todo el universo de usuarios del servicio es necesario seleccionar una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

N = Universo (Población de San Felipe)

e = Error de estimación

n = Tamaño muestra

Se trabajara bajo el supuesto que la población tiene una distribución normal, en donde “p” y “q” toman el valor de 0.5 ya que son dos opciones de resultados para este proyecto (50% de éxito y 50% de fracaso). Además se toma como error de estimación un valor 10%.

El universo de estudio corresponde a la población de la Provincia de San Felipe de Aconcagua.

Con el fin de obtener un número representativo de nuestra muestra se utilizara un Z con un 95% de confianza, que tiene una valor de 1.96.

Con todos los datos mencionados anteriormente los remplazamos en la formula y se obtiene el dato buscado.

Z = 95% valor de 1.96

p = 0.5

q = (1-p)

N = 161.526

e = 0.1

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 161.526}{161.526 * 0,1^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

n = 95,982 ~ 96

3.3.3 Descripción de la muestra

El método utilizado, consiste en autocompletar una encuesta enviada vía internet, un link adjunto a un mail. Para visualizar las preguntas, revisar el ANEXO A y sus respuestas ANEXO B.

El universo de estudio corresponde a la población de la Provincia de San Felipe de Aconcagua. El público objetivo, son usuarios de cafeterías. No se clasificó por sexo, para el tipo de datos que se necesitan no es relevante. La muestra corresponde a 96 encuestados. El objetivo de esta encuesta es identificar los hábitos y gustos de los consumidores de café.

Fecha de implementación de la encuesta: El levantamiento de datos se llevó a cabo entre el 4 de julio y el 15 de julio de 2024. La estructura de la encuesta consta de 14 preguntas obligatorias y una adicional opcional.

Pregunta 1: Residencia.

Preguntas 2 y 3: Datos demográficos básicos.

Preguntas 4 y 5: Hábitos de consumo de café.

Preguntas 6 y 7: Preferencias.

Preguntas 8 a 11: Percepción y actitud hacia la marca Starbucks.

Preguntas 12 y 13: Comportamiento de compra.

Pregunta 14: Percepción de la competencia.

Pregunta 15: Comentario abierto.

La encuesta fue diseñada de forma breve y clara para facilitar la participación y asegurar respuestas de calidad.

3.3.4 Análisis de la encuesta por pregunta

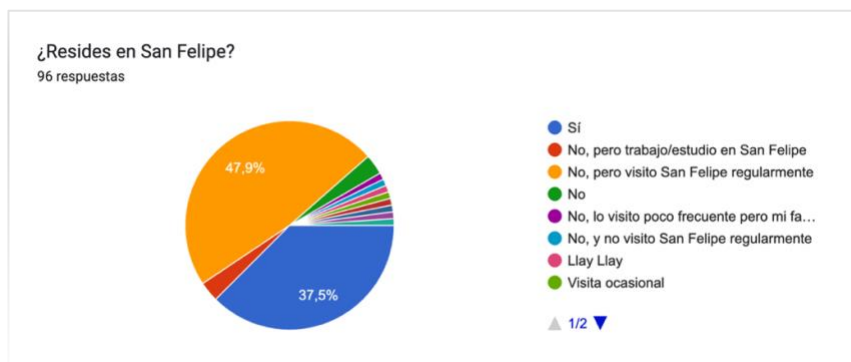
Pregunta N°1 ¿Resides en San Felipe? (Pregunta abierta)

Tabla 3.1 “Personas que frecuentan San Felipe”

Detalle	N° de Respuestas	%
No, pero visito San Felipe regularmente	46	47,9%
Si	36	37,5%
No, pero trabajo/estudio en San Felipe	3	3,1%
No	3	3,1%
Visita ocasional	1	1,0%
No, lo visito poco frecuente pero mi familia estudia ahí	1	1,0%
Lo conozco	1	1,0%
Llay Llay	1	1,0%
No, y no visito San Felipe regularmente	1	1,0%
No soy de San Felipe	1	1,0%
Nunca he ido a San Felipe	1	1,0%
Resido en Copiapó	1	1,0%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.1 “Personas que frecuentan San Felipe”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta permite determinar el vínculo de los encuestados con San Felipe, identificando a quienes tienen una relación frecuente con la ciudad, lo que ayuda a definir el público objetivo real del proyecto.

Del total de encuestados, un 37,5% reside en San Felipe, mientras que un 47,9% lo visita regularmente, y un 3,1% trabaja o estudia en la ciudad sin vivir en ella. Esto indica que la mayoría tiene una relación frecuente con San Felipe, lo que amplía el perfil de consumidores potenciales más allá de los residentes, incluyendo a quienes forman parte activa del entorno urbano por motivos laborales, académicos o personales.

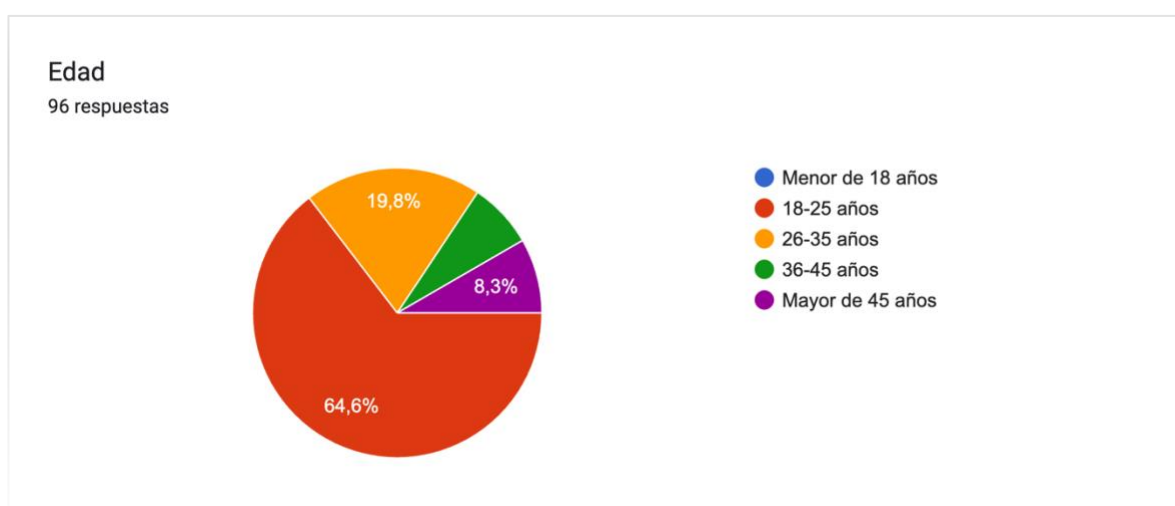
Pregunta N°2 Edad (Pregunta cerrada)

Tabla 3.2 “Rango de edad del encuestado”

Detalle	N° de Respuestas	%
18-25 años	62	64,6%
26-35 años	19	19,8%
36-45 años	7	7,3%
Mayor de 45 años	8	8,3%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.2 “Rango de edad del encuestado”



Fuente: Elaboración propia.

El propósito de esta pregunta es obtener información sobre la edad de los encuestados, lo que permitirá reconocer los grupos etarios que podrían tener mayor afinidad con la marca. Así, se podrá segmentar el mercado y diseñar estrategias orientadas a los hábitos y preferencias de consumo según cada generación.

La mayoría de los encuestados tiene entre 18 y 25 años, lo que indica que el público principal está compuesto por jóvenes adultos, un perfil que coincide con el consumidor típico de Starbucks por su afinidad con marcas globales y su preferencia por espacios modernos y personalizados.

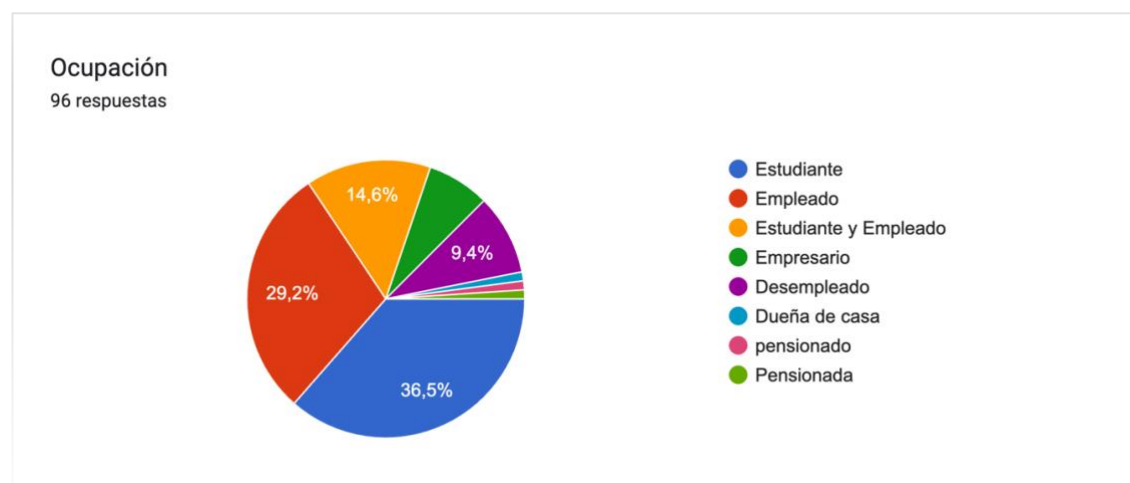
Pregunta N°3 Ocupación (Pregunta abierta)

Tabla 3.3 “Ocupación del encuestado”

Detalle	N° de Respuestas	%
Estudiante	35	36,5%
Empleado	28	29,2%
Estudiante y Empleado	14	14,6%
Empresario	7	7,3%
Desempleado	9	9,4%
Dueña de casa	1	1,0%
pensionado	1	1,0%
Pensionada	1	1,0%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.3 “Ocupación del encuestado”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta tiene como objetivo identificar el perfil ocupacional de los encuestados, con el fin de comprender su poder adquisitivo, estilo de vida y hábitos de consumo. Esta información permite orientar la propuesta de valor de Starbucks según el predominio de estudiantes, trabajadores, profesionales u otros grupos.

Los resultados muestran que la mayoría son estudiantes o empleados, lo que evidencia un público activo, con rutinas que se ajustan al concepto de Starbucks como un espacio ideal para estudiar, trabajar o compartir en un ambiente cómodo y moderno.

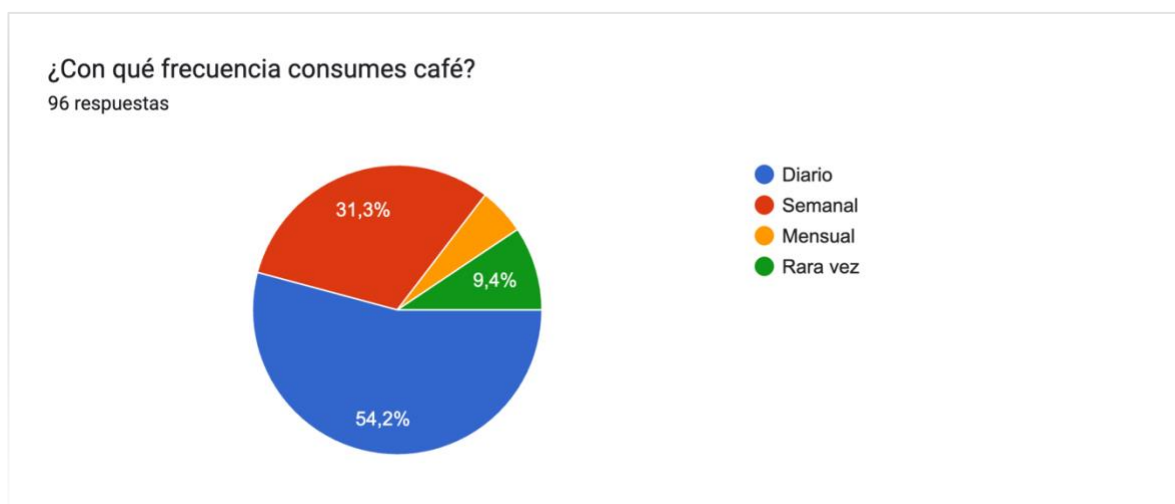
Pregunta N°4 ¿Con qué frecuencia consumes café? (Pregunta cerrada)

Tabla 3.4 “Frecuencia del consumo de café”

Detalle	N° de Respuestas	%
Diario	52	54%
Semanal	30	31%
Mensual	5	5%
Rara vez	9	9%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.4 “Frecuencia del consumo de café”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta busca conocer la frecuencia con que los encuestados consumen café, con el fin de estimar la consistencia y tamaño del mercado local, información clave para proyectar la demanda y evaluar la viabilidad del proyecto.

Los resultados muestran que el 85% consume café diariamente o semanalmente, lo que refleja un hábito regular y una alta demanda potencial, favorable para la instalación de una tienda Starbucks en San Felipe.

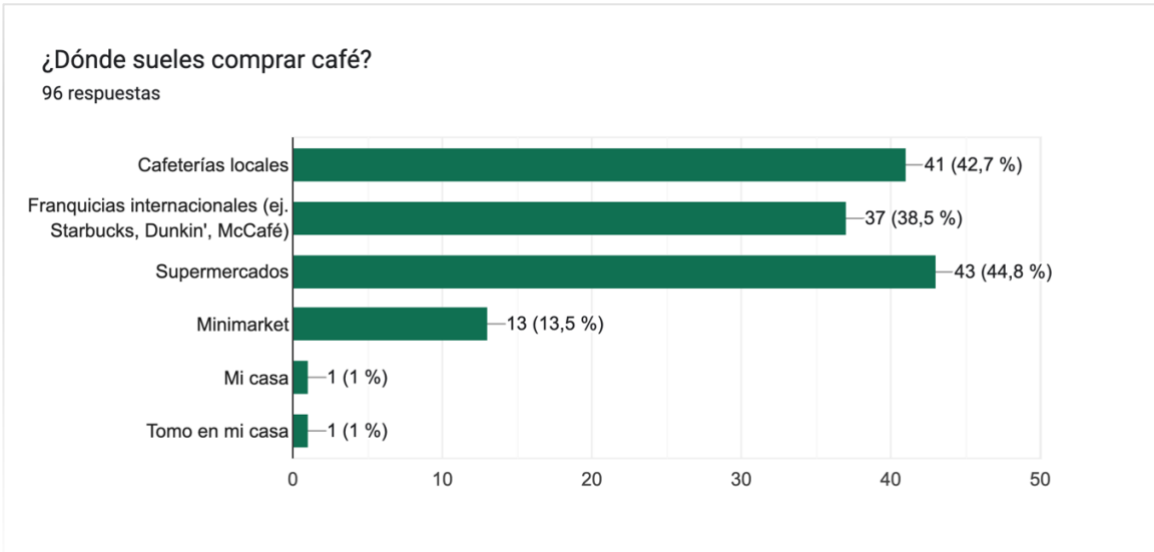
Pregunta N°5 ¿Dónde sueles comprar café? (Pregunta cerrada)

Tabla 3.5 “Frecuencia de establecimiento para consumo de café”

Detalle	N° de Respuestas	%
Cafeterías locales	41	42,7%
Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	37	38,5%
Supermercados	43	44,8%
Minimarket	13	13,5%
Mi casa	1	1,0%
Tomo en mi casa	1	1,0%
TOTAL	136	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.5 “Frecuencia de establecimiento para consumo de café”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta tiene como objetivo identificar los lugares preferidos por los encuestados para adquirir café, con el fin de detectar tendencias de consumo y evaluar oportunidades de posicionamiento para Starbucks en San Felipe.

Los resultados muestran una alta preferencia por supermercados, cafeterías locales y franquicias internacionales, lo que refleja tanto consumo en el hogar como fuera de él. Esta diversidad indica una buena disposición a comprar café en espacios especializados, validando la viabilidad de una tienda Starbucks en la ciudad.

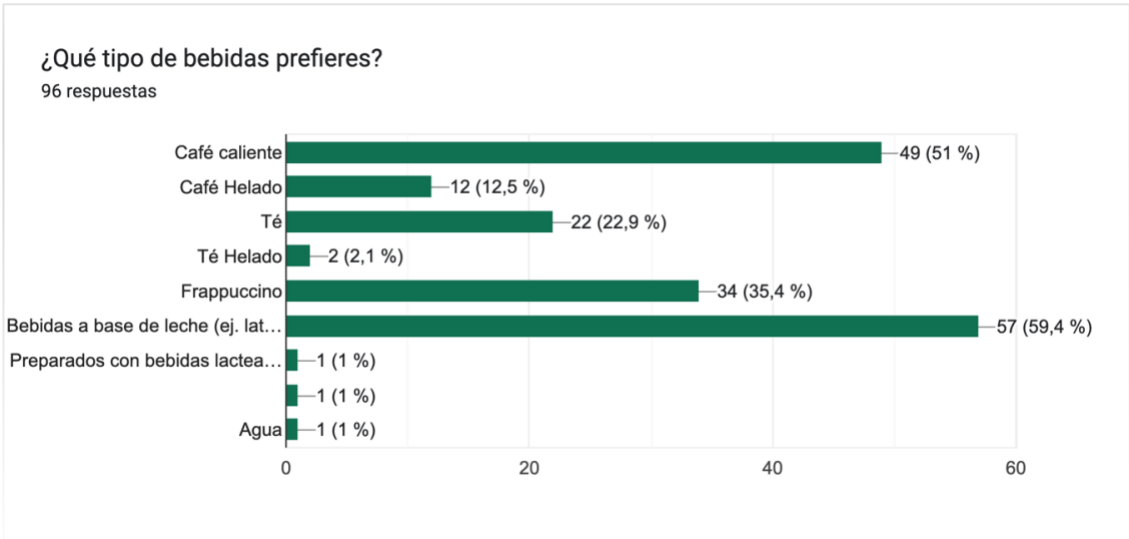
Pregunta N°6 ¿Qué tipo de bebidas prefieres? (Pregunta abierta)

Tabla 3.6 “Preferencia de tipo de bebidas”

Detalle	N° de Respuestas	%
Café caliente	49	51,0%
Café Helado	12	12,5%
Té	22	22,9%
Té Helado	2	2,1%
Frappuccino	34	35,4%
Bebidas a base de leche	57	59,4%
Preparados con bebidas lacteas vegetal	1	1,0%
TOTAL	177	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.6 “Preferencia de tipo de bebidas”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta busca identificar las preferencias de los encuestados en cuanto al tipo de bebidas, ya sean frías o calientes, con o sin café, para así diseñar una oferta alineada con los gustos locales.

Los resultados muestran una clara inclinación por bebidas a base de leche y café caliente, seguidas por el Frappuccino, lo que evidencia una preferencia por opciones tradicionales y elaboradas, en línea con la oferta de Starbucks. Esto refuerza la afinidad del público con el estilo de productos de la marca.

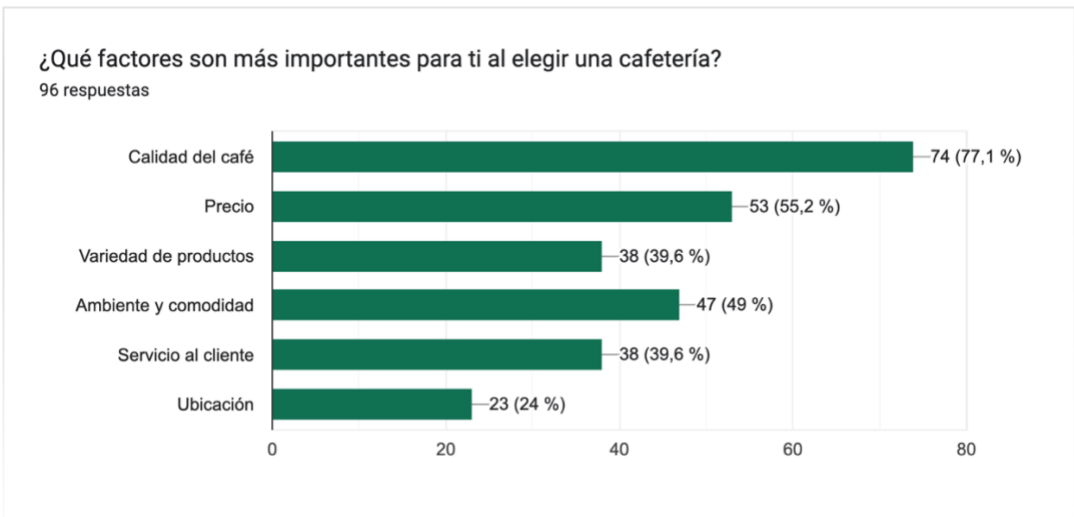
Pregunta N°7 ¿Qué factores son más importantes para ti al elegir una cafetería? (Pregunta cerrada)

Tabla 3.7 “Preferencia de factores de cafeterías”

Detalle	N° de Respuestas	%
Calidad del café	74	77,1%
Precio	53	55,2%
Variedad de productos	38	39,6%
Ambiente y comodidad	47	49,0%
Servicio al cliente	38	39,6%
Ubicación	23	24,0%
TOTAL	273	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.7 “Preferencia de factores de cafeterías”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta busca identificar los factores más importantes para los consumidores al elegir una cafetería, como calidad, precio, ambiente, atención y ubicación, con el fin de alinear la propuesta de valor de Starbucks a las expectativas del público local.

Los resultados muestran que se prioriza la calidad del café, seguida por el precio, el ambiente y la atención, lo que indica que los encuestados valoran una experiencia integral. Estos aspectos coinciden con los atributos característicos de Starbucks, reforzando la potencial aceptación en San Felipe.

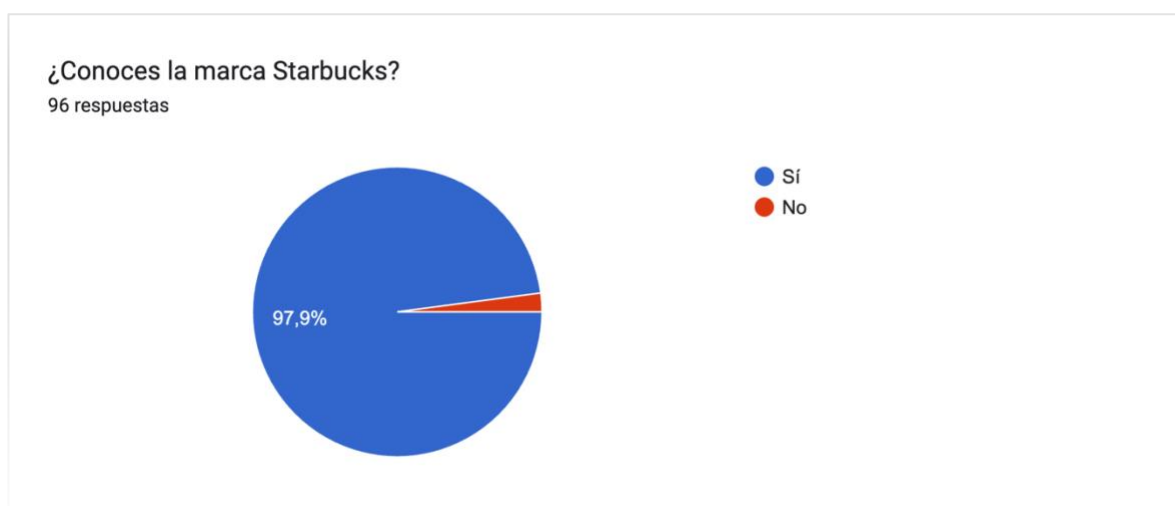
Pregunta N°8 ¿Conoces la marca Starbucks? (Pregunta cerrada)

Tabla 3.8 “Percepción de la marca Starbucks”

Detalle	N° de Respuestas	%
Sí	94	97,9%
No	2	2,1%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.8 “Percepción de la marca Starbucks”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta busca medir el nivel de reconocimiento de la marca Starbucks entre los encuestados, con el fin de evaluar el posicionamiento en la mente del consumidor local.

Los resultados muestran que un 97,9% conoce la marca, lo que indica un alto nivel de recordación y una base favorable para el ingreso al mercado de San Felipe.

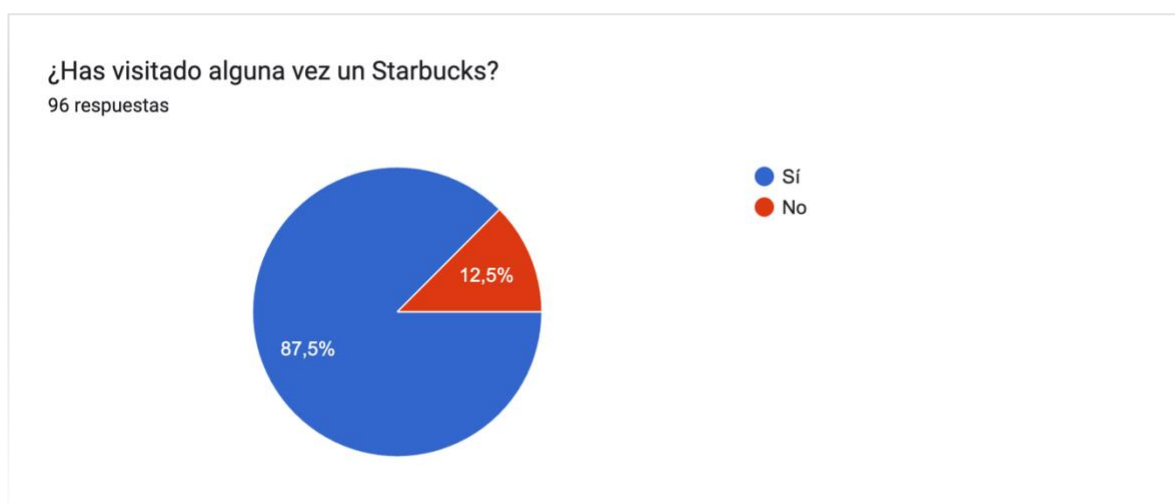
Pregunta N°9 ¿Has visitado alguna vez un Starbucks? (Pregunta cerrada)

Tabla 3.9 “Percepción de una tienda Starbucks”

Detalle	N° de Respuestas	%
Sí	84	87,5%
No	12	12,5%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.9 “Percepción de una tienda Starbucks”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta tiene como objetivo identificar si los encuestados han tenido experiencia directa con Starbucks, lo que permite analizar el nivel de familiaridad con la marca.

Los resultados muestran que el 87,5% ha visitado alguna vez un local, lo que refleja un alto grado de conocimiento práctico de la propuesta, facilitando la aceptación en el mercado de San Felipe.

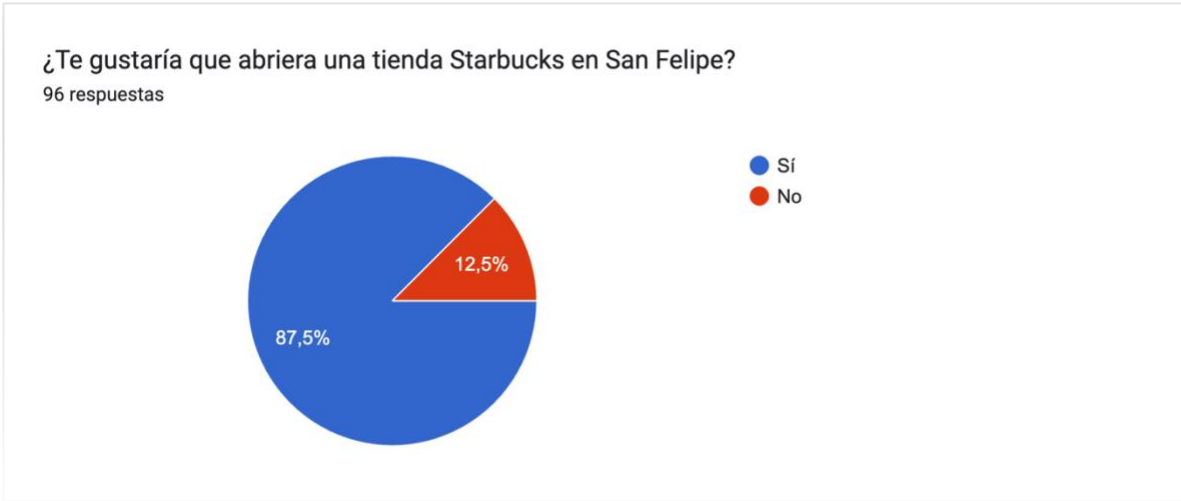
Pregunta N°10 ¿Te gustaría que abriera una tienda Starbucks en San Felipe? (Pregunta cerrada)

Tabla 3.10 “Aceptación de una tienda Starbucks en San Felipe”

Detalle	N° de Respuestas	%
Sí	84	87,5%
No	12	12,5%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.10 “Aceptación de una tienda Starbucks en San Felipe”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta busca medir el interés del público ante la posible llegada de Starbucks a San Felipe, evaluando la receptividad inicial del mercado.

Los resultados muestran que el 87,5% de los encuestados estaría interesado en su apertura, lo que refleja una alta aceptación potencial y un escenario favorable para la instalación de la franquicia en la ciudad.

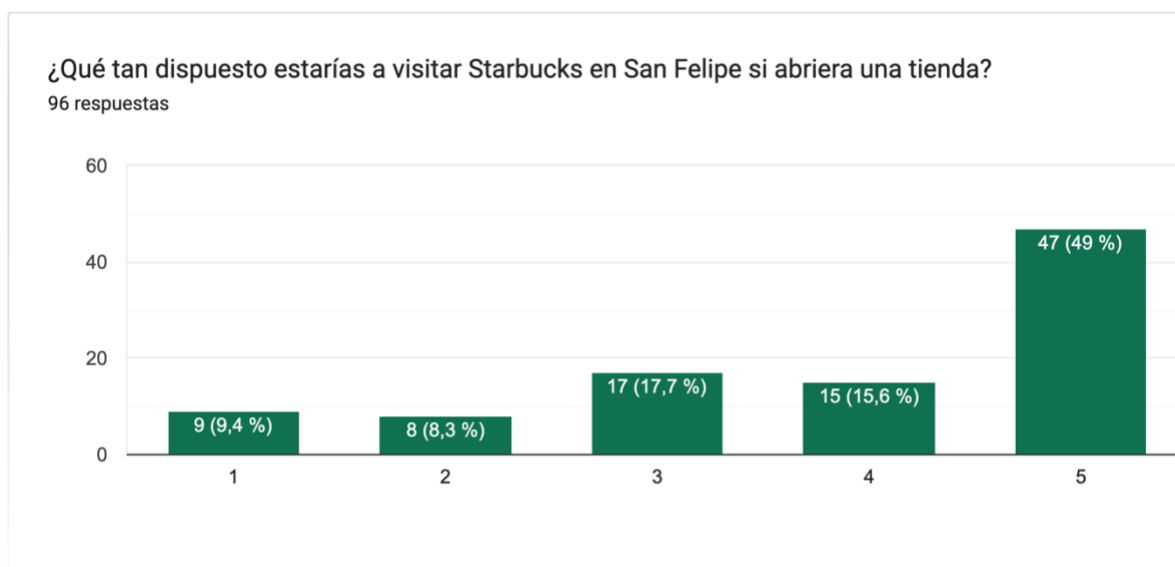
Pregunta N°11 ¿Qué tan dispuesto estarías a visitar Starbucks en San Felipe si abriera una tienda? (Pregunta cerrada)

Tabla 3.11 “Disposición de visitar una tienda Starbucks en San Felipe”

Detalle	N° de Respuestas	%
1	9	9,4%
2	8	8,3%
3	17	17,7%
4	15	15,6%
5	47	49,0%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.11 “Disposición de visitar una tienda Starbucks en San Felipe”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta tipo escala de Likert tiene como objetivo cuantificar la intención de visita ante una eventual apertura de Starbucks en San Felipe, aportando información clave para estimar la demanda y proyectar el comportamiento futuro del consumidor.

Los resultados muestran que el 82,3% tiene una disposición media a alta (niveles 3 a 5), con un 49% marcando el nivel máximo, lo que evidencia un alto interés y refuerza la viabilidad comercial del proyecto.

Pregunta N°12 ¿Cuánto sueles gastar en promedio en una cafetería por visita? (Pregunta cerrada)

Tabla 3.12 “Gasto promedio en una cafetería”

Detalle	N° de Respuestas	%
Menos de \$3.000	8	8,3%
\$3.000 - \$7.000	58	60,4%
\$7.000 - \$15.000	25	26,0%
Más de \$15.000	5	5,2%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.12 “Gasto promedio en una cafetería”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta busca conocer el gasto promedio por visita a una cafetería, información clave para calcular el ticket promedio y realizar proyecciones económicas realistas.

Los resultados muestran que el 86,4% de los encuestados gasta entre \$3.000 y \$15.000, lo que evidencia un nivel de consumo compatible con los precios de Starbucks y respalda la viabilidad económica del proyecto.

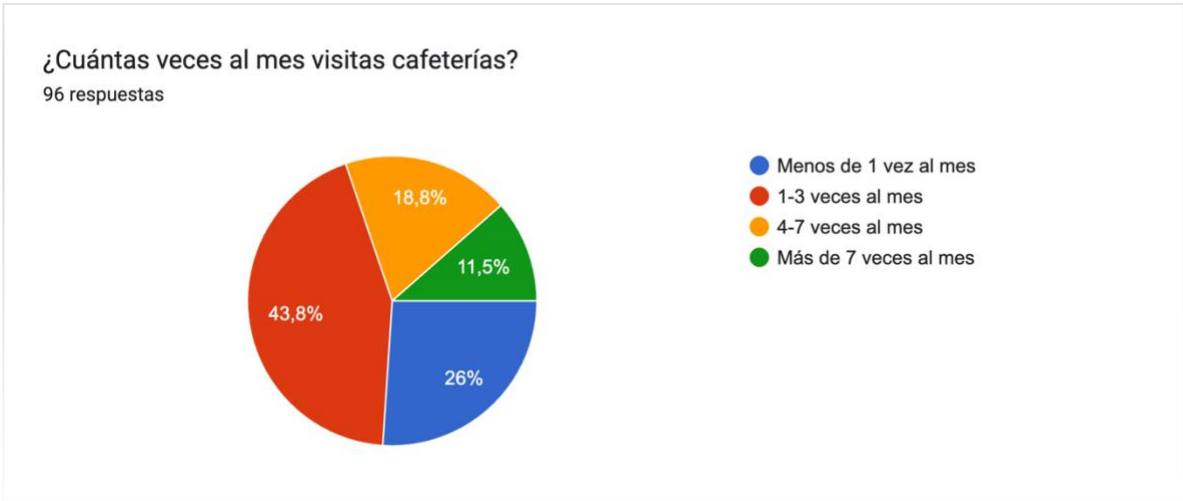
Pregunta N°13 ¿Cuántas veces al mes visitas cafeterías? (Pregunta cerrada)

Tabla 3.13 “Frecuencia de visitas al mes de cafeterías”

Detalle	N° de Respuestas	%
Menos de 1 vez al mes	25	26,0%
1-3 veces al mes	42	43,8%
4-7 veces al mes	18	18,8%
Más de 7 veces al mes	11	11,5%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.13 “Frecuencia de visitas al mes de cafeterías”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta busca medir la frecuencia mensual con que los encuestados visitan cafeterías, con el fin de estimar el volumen potencial de visitas a una tienda Starbucks.

Los resultados muestran un consumo moderado pero constante: el 43,8% asiste entre 1 y 3 veces al mes, y un 30,3% lo hace con mayor frecuencia. Esto evidencia una base de clientes habitual y con potencial de crecimiento, favorable para proyectar ventas y demanda sostenida.

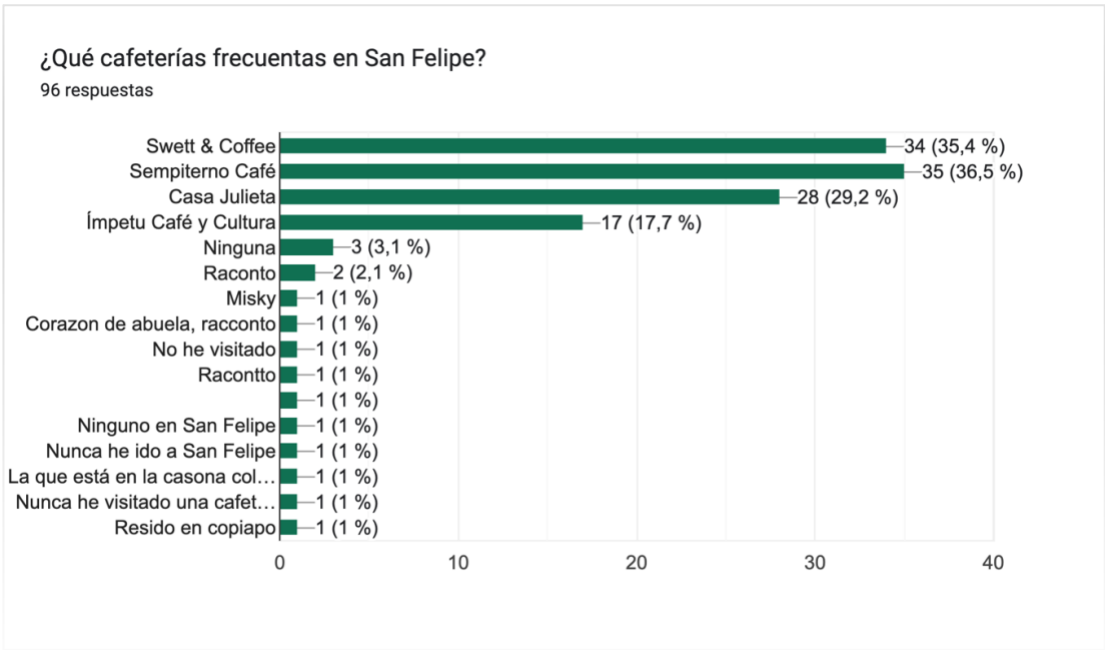
Pregunta N°14 ¿Qué cafeterías frecuentas en San Felipe? (Pregunta abierta)

Tabla 3.14 “Percepción de la competencia”

Detalle	N° de Respuestas	%
Swett & Coffee	34	35,4%
Sempiterno Café	35	36,5%
Casa Julieta	28	29,2%
Ímpetu Café y Cultura	17	17,7%
Ninguna	3	3,1%
Racontto	2	2,1%
Misky	1	1,0%
TOTAL	120	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.14 “Percepción de la competencia”



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta permite identificar las cafeterías más populares entre los encuestados, destacando Sempiterno Café (36,5%), Swett & Coffee (35,4%) y Casa Julieta (29,2%) como las más frecuentadas. Estos resultados muestran una cultura cafetera activa en San Felipe y una competencia local consolidada, lo que confirma una demanda real y abre oportunidades para una propuesta diferenciada como Starbucks, capaz de captar tanto a consumidores actuales como a quienes buscan nuevas experiencias.

3.3.5 Conclusión de los resultados de la encuesta

Los resultados de la encuesta reflejan un escenario favorable para la instalación de una tienda Starbucks en San Felipe. La mayoría de los encuestados reside, trabaja o estudia en la ciudad, lo que confirma su conexión con el entorno local. El segmento predominante es joven-adulto (18 a 35 años), compuesto principalmente por estudiantes y empleados, perfil acorde al público objetivo de la marca.

El consumo de café es frecuente, con un 54% que lo consume a diario y un 31% semanalmente. Las preferencias de compra se distribuyen entre cafeterías locales, franquicias internacionales y supermercados, lo que demuestra una apertura hacia diferentes formatos. Las bebidas más consumidas coinciden con la oferta típica de Starbucks, y los factores más valorados al elegir una cafetería son la calidad del café, el precio y el ambiente.

Un 97,9% conoce la marca y un 87,5% ha visitado alguna de sus tiendas, lo que demuestra una alta familiaridad. Además, el mismo porcentaje expresó interés en que se instale una tienda en San Felipe, y un 82,3% mostró disposición a visitarla. El gasto promedio por visita se encuentra mayoritariamente entre \$3.000 y \$7.000, rango compatible con los precios de Starbucks.

En conjunto, los datos evidencian una alta aceptación potencial, hábitos de consumo consolidados y una disposición económica adecuada, lo que respalda la factibilidad comercial del proyecto.

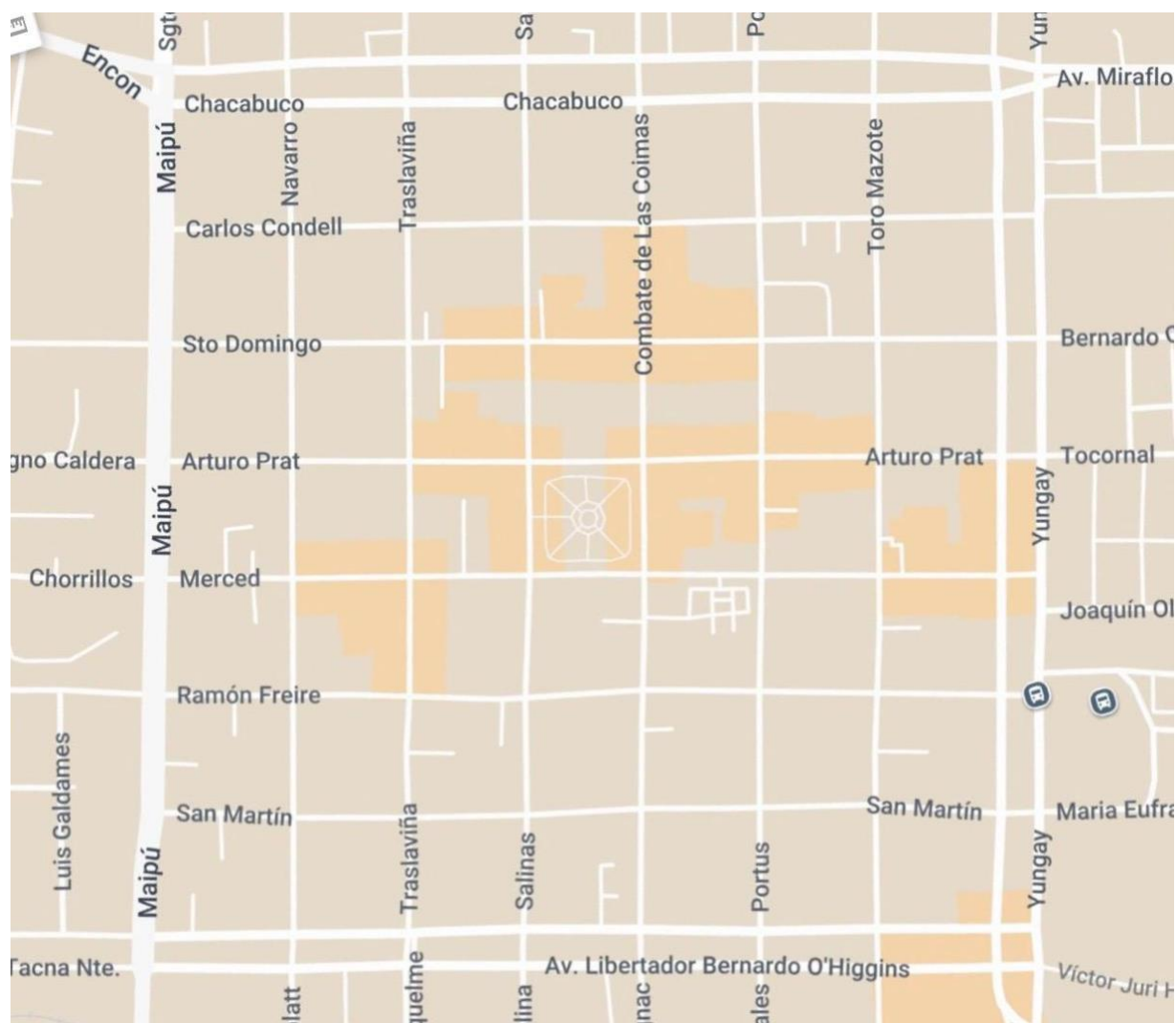
3.4 Análisis de la competencia

El mercado de cafeterías es amplio y altamente competitivo, con una oferta de productos y bebidas bastante similar entre los distintos establecimientos. Sin embargo, este proyecto se distingue por ser parte de una cadena internacional de renombre, con una marca consolidada a nivel global y un portafolio diversificado que incluye bebidas calientes y frías, elaboradas con recetas exclusivas y en constante innovación.

El análisis se basó en observación directa en las cuatro principales alamedas de San Felipe, que concentran la mayor actividad comercial de la ciudad. Según el Gráfico 3.4, la mayor concentración de cafeterías se encuentra en calle Merced, con seis locales, debido a su ubicación frente a la Plaza de San Felipe. Le siguen calle Arturo Prat y Avenida Libertador Bernardo O'Higgins, con tres establecimientos cada una.

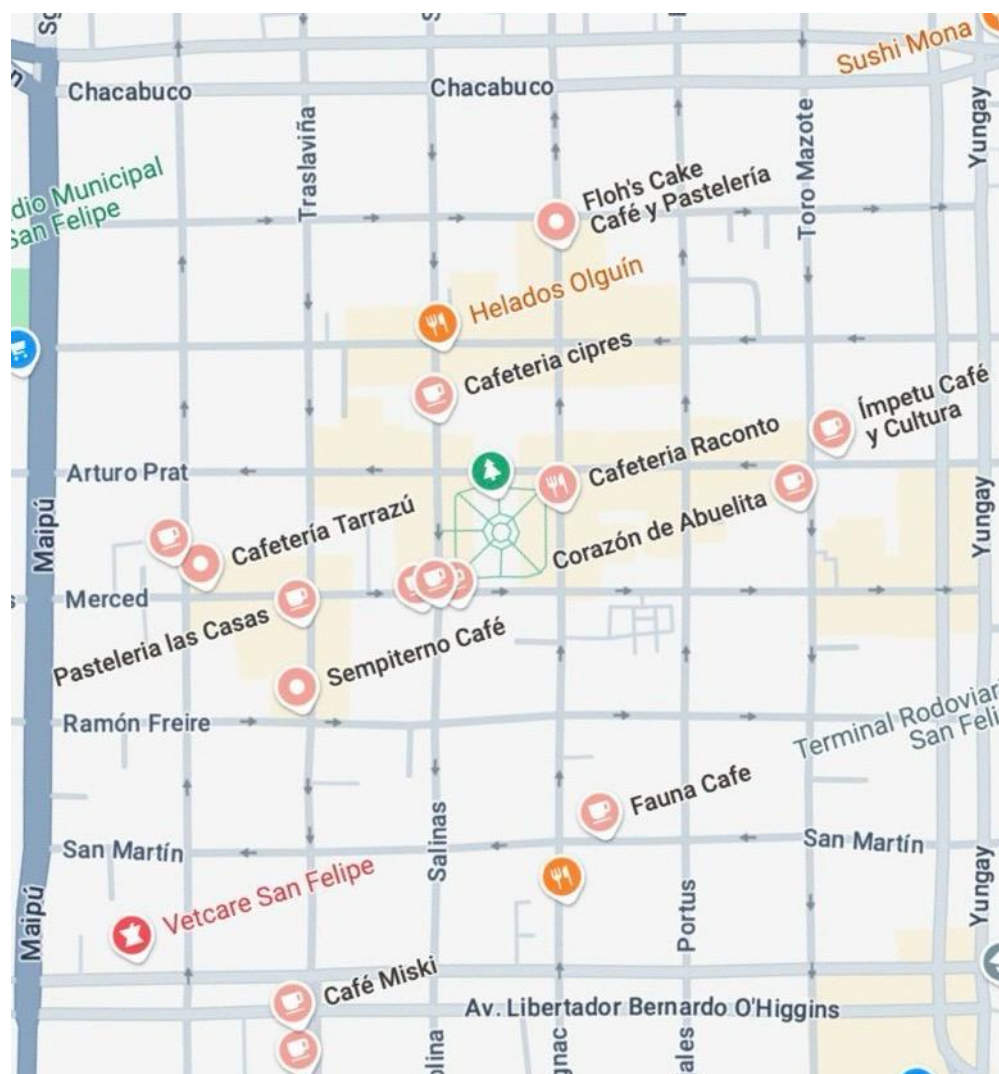
Además de cafeterías independientes (sin cadenas o posicionamiento relevante), se identificó como competencia indirecta a dos heladerías, entre las que destaca Grido, cadena internacional de helados que también ofrece bebidas frías. Este dato refuerza la oportunidad que tiene Starbucks, cuya propuesta integra café y bebidas heladas con un enfoque premium.

Gráfico 3.4.1 “Mapa Centro San Felipe”



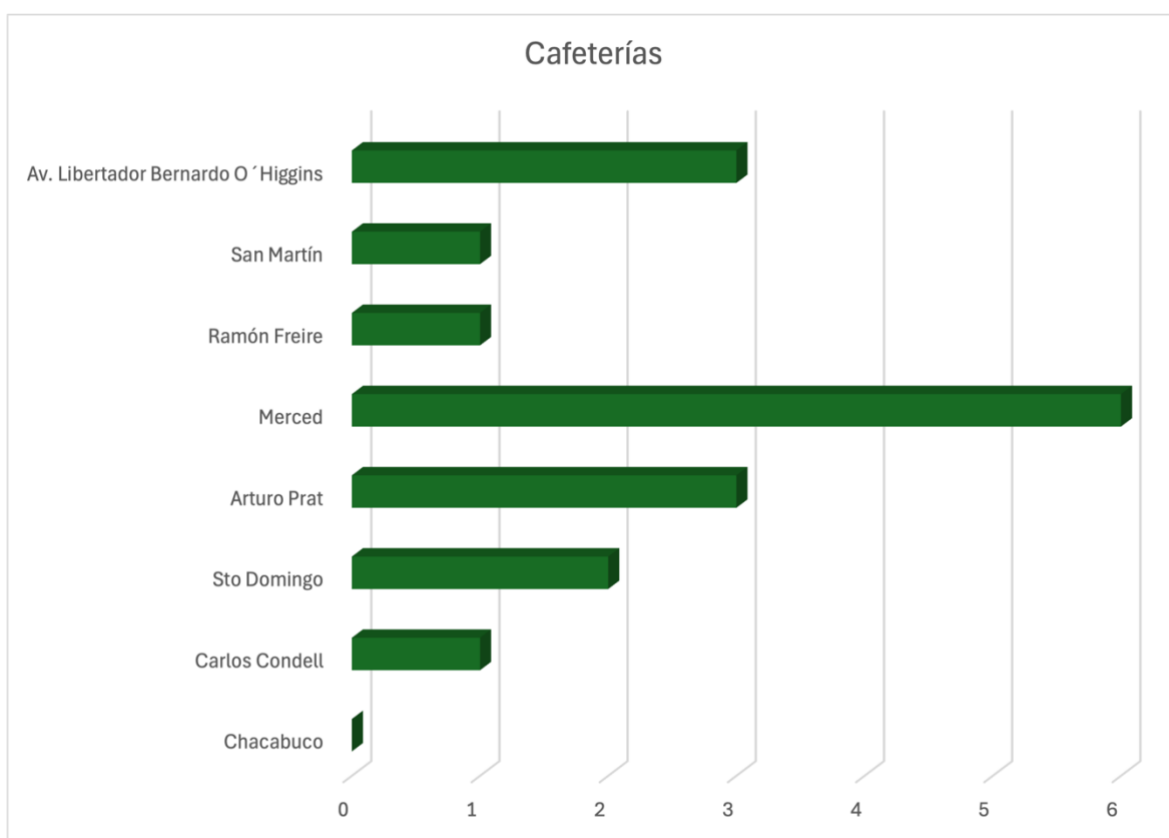
Fuente: Google My Maps.

Gráfico 3.4.2 “Mapa Competencia Centro San Felipe”



Fuente: Google Maps.

Gráfico 3.4.3 “Competencia Centro San Felipe”



Fuente: Elaboración Propia.

Entre los competidores directos del proyecto se identifican tres establecimientos, compuestos por dos cafeterías y una heladería, todos ubicados en la misma calle donde se pretende instalar la nueva tienda.

Café Miski: Es una pequeña cafetería que se destaca por ofrecer café de calidad, acompañado de una variedad de productos de pastelería como, tartas, tortas, empanadas de elaboración propia y galletas artesanales. Su ambiente acogedor y atención personalizada la han posicionado como una alternativa atractiva para quienes buscan un momento de relax con productos frescos y bien elaborados.

Café Estación San Felipe: Esta cafetería también se caracteriza por ofrecer café de calidad, complementado con una selección de pastelería artesanal. Entre sus productos destacan las tartas, tortas, rollitos de canela y donas, varios de ellos elaborados en el mismo local. Su propuesta busca atraer a un público que valora los sabores caseros en un entorno cálido y familiar.

Grido Helado: Es una heladería de cadena internacional que ofrece helados industriales a precios accesibles. Su modelo de negocio está enfocado en la venta rápida y masiva de helados, destacando

por su amplia variedad de sabores y formatos. Si bien su oferta principal no es el café, cuenta con un flujo constante de clientes, especialmente en temporadas cálidas, y representa una competencia indirecta en el rubro de alimentos y bebidas de consumo inmediato.

Las ventajas competitivas que permitirán diferenciarse en este mercado se basan en la propuesta de valor única de Starbucks, que combina una experiencia de consumo estandarizada y de alta calidad con un fuerte posicionamiento de marca a nivel global. A diferencia de las cafeterías locales, el proyecto ofrecerá un ambiente moderno y confortable, atención eficiente, opciones de personalización de bebidas, y una amplia variedad de productos que incluyen alternativas veganas, sin lactosa y de temporada. Además, el acceso a plataformas digitales para pedidos, programas de fidelización y medios de pago electrónicos fortalecerán la relación con los clientes y facilitarán su recurrencia.

3.5 Análisis de la demanda

Para asegurar la viabilidad del proyecto, resulta esencial analizar la demanda existente y potencial en la ciudad de San Felipe. La demanda representa los requerimientos que tienen las personas por ciertos bienes o servicios, en este caso, productos de cafetería. La existencia de una demanda significativa es fundamental para el éxito del negocio, ya que determina el volumen de clientes dispuestos a consumir y pagar por la oferta presentada.

3.5.1 Tipos de demanda

La demanda de productos de cafetería, como los ofrecidos por Starbucks, se puede clasificar bajo distintos criterios:

Por su naturaleza:

- **Bienes de primera necesidad:** No aplica directamente al modelo del negocio, ya que los productos de cafetería no son esenciales para la subsistencia.

- **Bienes de lujo o premium:** Los productos ofrecidos por Starbucks, como cafés especiales, bebidas personalizadas y productos de pastelería gourmet, se consideran bienes de lujo, ya que satisfacen deseos más que necesidades básicas.

Por el tipo de consumidor:

- **Bienes de consumo final:** Son productos adquiridos directamente por el consumidor para su disfrute inmediato. Starbucks se orienta a este tipo de demanda, ya que el cliente consume el producto tal como se entrega.
- **Bienes de capital o intermedios:** No aplican directamente en este caso, ya que Starbucks no vende insumos para otras empresas. (ej: granos de café a granel para restaurantes).

Por la temporalidad:

- **Demanda continua:** El consumo de café, especialmente caliente, se mantiene durante todo el año, ya que forma parte de los hábitos cotidianos de muchas personas, ya sea en el trabajo, estudio o reuniones informales.
- **Demanda estacional:** Algunos productos del menú, como los Frappuccino, jugos naturales o cafés helados, presentan un comportamiento estacional, con un aumento significativo en su consumo durante el verano.

En San Felipe, el clima mediterráneo presenta veranos con temperaturas que superan los 32°C con días largos y secos lo que impulsa el consumo de bebidas frías como Frappuccino. En contraste, durante el invierno, cuando las mínimas rondan los 2,5°C, se incrementa la demanda de bebidas calientes como espresso, latte, chocolate y té. Esta marcada variación estacional permite ajustar estratégicamente la oferta de productos, optimizando las oportunidades de venta durante todo el año.

3.5.2 Cliente/Consumidor

El éxito del negocio estará directamente relacionado con la capacidad de identificar, atraer y fidelizar a los clientes potenciales. Es importante diferenciar entre cliente y consumidor:

- **Cliente:** Persona que realiza la compra, pero no necesariamente consume el producto.
- **Consumidor:** Persona que utiliza o disfruta directamente el producto o servicio.

En este proyecto, los clientes y consumidores en su mayoría coinciden, aunque se pueden presentar excepciones (por ejemplo, compras para terceros).

Los clientes potenciales pueden clasificarse en:

- **Cientes de la competencia:** Son quienes actualmente consumen en las cafeterías locales como Café Miski, Estación San Felipe o adquieren helados en Grido. A estos clientes se puede atraer mediante una propuesta diferenciada basada en marca, experiencia, calidad y personalización.
- **No usuarios actuales:** Son personas que, por distintos motivos, no consumen productos de cafetería con frecuencia. Este segmento puede ser conquistado mediante campañas educativas sobre el valor del producto, promociones o destacando la experiencia Starbucks.

El perfil general del consumidor en San Felipe incluye estudiantes, profesionales, trabajadores del sector público y privado, y turistas ocasionales, que buscan áreas de recreación, reunión o trabajo, con productos de alta calidad y ambiente cómodo.

3.5.3 Proyección de la demanda

Para estimar la demanda potencial del proyecto de instalación de una tienda Starbucks en San Felipe, se utilizaron dos fuentes principales de información la primera son los resultados de la encuesta aplicada a 96 personas, presentada en el capítulo 3, punto 3.3.4. Esta encuesta

permitió identificar los hábitos de consumo, disposición a visitar una cafetería de esta marca y gasto promedio por visita. Y la segunda fuente es el entorno competitivo, considerando la existencia de aproximadamente 20 cafeterías en la ciudad.

Datos claves extraídos de la encuesta:

- El 82,3% (escala de 3 a 5) muestra una disposición media a alta para visitarla.
- El 60,4% gasta entre \$3.000 y \$7.000 por visita, con un gasto promedio estimado en \$5.000.
- El 30,3% visita cafeterías al menos una vez a la semana, y el 43,8% entre 1 y 3 veces al mes.

Tamaño del público objetivo

La Provincia de San Felipe de Aconcagua cuenta con una población de 161.526 personas, se estima que aproximadamente 57.543 personas en la provincia de San Felipe tienen entre 15 y 39 años. De este grupo, cerca del 60% se encuentra activo, es decir, trabajando o estudiando, lo que representa unas 34.526 personas, ver ANEXO G.

Según la encuesta, el 85,5% de los encuestados consume café de forma frecuente, el 98% conoce la marca Starbucks, y el 82,3% manifestó una disposición media a alta de visitar una tienda si esta se instalara en San Felipe. Al aplicar estos porcentajes de forma secuencial, se estima que el público objetivo potencial asciende a 23.820 personas, lo que representa un 14,7% de la población total de la provincia.

Sabiendo que hay aproximadamente 20 cafeterías en San Felipe, donde en teoría cada una podría captar un 5% de la demanda, Starbucks posee ventajas competitivas que le permitirían superar ampliamente esta proporción.

Su marca globalmente reconocida genera confianza inmediata y atrae tanto a consumidores locales como visitantes, facilitando una captación inicial significativa. A esto se suma su programa de fidelidad “Starbucks Rewards”, que incentiva la repetición de visitas mediante recompensas, contribuyendo a consolidar una base de clientes leales.

La conveniencia digital, a través de su app y opciones como pedidos anticipados o delivery, se adapta al ritmo de vida actual y mejora la experiencia del usuario, lo que potencia tanto la frecuencia como el gasto promedio por visita. Esta eficiencia se complementa con su estrategia de “tercer lugar”, ofreciendo espacios cómodos para trabajar o socializar, lo que incrementa la permanencia y el consumo.

Además, su innovación constante en el menú, con lanzamientos estacionales y colaboraciones, mantiene el interés y genera visitas por novedad. Esta oferta diferenciada se comunica de manera efectiva gracias a su capacidad para realizar campañas de marketing locales y nacionales, lo que refuerza su presencia y atractivo frente a cafeterías independientes con menos recursos promocionales.

Como resultado de estas ventajas, Starbucks podría aspirar razonablemente a captar entre 20 % y 25 % de la demanda local dentro de los primeros años de operación, cuadruplicando o quintuplicando el 5 % teórico asignado bajo condiciones iguales. Esta participación se logra gracias a una combinación de posicionamiento de marca, fidelización, experiencia diferenciada y escala operativa, lo que le otorga una posición competitiva sólida y sostenible en el mercado sanfelipeño. La demanda potencial se estima en:

Escenarios de demanda (pesimista, conservador, moderado y optimista)

- $23.820 \times 10\% = 2.382$ personas potenciales en un escenario pesimista.
- $23.820 \times 15\% = 3.573$ personas potenciales en un escenario conservador.
- $23.820 \times 20\% = 4.764$ personas potenciales en un escenario moderado.
- $23.820 \times 25\% = 5.955$ personas potenciales en un escenario optimista.

Para estimar la demanda diaria, se considera un mes promedio de 30 días. A partir del cálculo de demanda mensual, se divide entre 30:

- $2.382 / 30 = 79$ personas potenciales en un escenario pesimista.
- $3.573 / 30 = 119$ personas potenciales en un escenario conservador.

- $4.764 / 30 = 159$ personas potenciales en un escenario moderado.
- $5.955 / 30 = 199$ personas potenciales en un escenario optimista.

Para estimar la demanda anual. A partir del cálculo de demanda mensual, se multiplica $\times 12$:

- $2.382 \times 12 = 28.584$ personas potenciales en un escenario pesimista.
- $3.573 \times 12 = 42.876$ personas potenciales en un escenario conservador.
- $4.764 \times 12 = 57.168$ personas potenciales en un escenario moderado.
- $5.955 \times 12 = 71.460$ personas potenciales en un escenario optimista.

Tabla 3.15 “Proyección de la demanda”

Escenario	% Visitas efectivas del público con alta disposición	Demanda diaria estimada	Demanda mensual estimada	Demanda anual estimada
Pesimista	10% de los interesados	79	2.382	28.584
Conservador	15% de los interesados	119	3.573	42.876
Moderado	20% de los interesados	159	4.764	57.168
Optimista	25% de los interesados	199	5.955	71.460

Fuente: Elaboración propia.

Si estas personas visitan en promedio una vez al mes, y considerando un ticket promedio de gasto de \$5.000 por visita, la demanda mensual estimada en ventas sería:

- $2.382 \text{ personas} \times \$5.000 = \$11.910.000$ mensuales.
- $3.573 \text{ personas} \times \$5.000 = \$17.865.000$ mensuales.
- $4.764 \text{ personas} \times \$5.000 = \$23.820.000$ mensuales.
- $5.955 \text{ personas} \times \$5.000 = \$29.775.000$ mensuales.

Y en términos anuales:

- $\$11.910.000 \times 12 = \$142.920.000$ al año.

- $\$17.865.000 \times 12 = \$214.380.000$ al año.
- $\$23.820.000 \times 12 = \$285.840.000$ al año.
- $\$29.775.000 \times 12 = \$357.300.000$ al año.

Tabla 3.16 “Proyección de la demanda anual”

Escenario	% Visitas efectivas del público con alta disposición	Personas/mes	Gasto promedio	Demanda mensual estimada	Demanda anual estimada
Pesimista	10% de los interesados	2.382	\$5.000	\$11.910.000	\$142.920.000
Conservador	15% de los interesados	3.573	\$5.000	\$17.865.000	\$214.380.000
Moderado	20% de los interesados	4.764	\$5.000	\$23.820.000	\$285.840.000
Optimista	25% de los interesados	5.955	\$5.000	\$29.775.000	\$357.300.000

Fuente: Elaboración propia.

Observaciones adicionales:

- Estos cálculos consideran una frecuencia mínima de una visita mensual por persona.
- No se contempla aún la atracción turística, por lo que pueden considerarse cifras conservadoras.
- Existe una tendencia al alza en el consumo de café en Chile, especialmente entre los jóvenes, lo que podría generar un crecimiento progresivo en la demanda de este tipo de cafeterías.
- El nivel de conocimiento de la marca (98%) y la experiencia previa con Starbucks (87,5%) fortalecen la viabilidad del proyecto.

Proyección de demanda a 5 años con un crecimiento anual del 1%

Según datos censales, la comuna de San Felipe registró:

- Censo 2002: 64,126 habitantes.
- Censo 2017: 76,844 habitantes.

En este período, la población creció un 19.83%, lo que equivale a una tasa de crecimiento anual promedio de aproximadamente 1%.

Tabla 3.17 “Proyección de la demanda anual estimada a 5 años”

Escenario	Demanda Año 1	Demanda Año 2	Demanda Año 3	Demanda Año 4	Demanda Año 5
Pesimista	\$142.920.000	\$144.349.200	\$145.792.692	\$147.250.619	\$148.723.125
+1% Crecimiento	-	\$1.429.200	\$1.443.492	\$1.457.927	\$1.472.506
Conservador	\$214.380.000	\$216.523.800	\$218.689.038	\$220.875.928	\$223.084.688
+1% Crecimiento	-	\$2.143.800	\$2.165.238	\$2.186.890	\$2.208.759
Moderado	\$285.840.000	\$288.698.400	\$291.585.384	\$294.501.238	\$297.446.250
+1% Crecimiento	-	\$2.858.400	\$2.886.984	\$2.915.854	\$2.945.012
Optimista	\$357.300.000	\$360.873.000	\$364.481.730	\$368.126.547	\$371.807.813
+1% Crecimiento	-	\$3.573.000	\$3.608.730	\$3.644.817	\$3.681.265

Fuente: Elaboración propia.

El análisis evidencia que existe una base sólida de consumidores potenciales en San Felipe, tanto por el nivel de interés como por los hábitos de consumo detectados en la encuesta. Además, al proyectar el crecimiento del mercado, la tienda podría generar una demanda anual de entre \$142 y \$371 millones en un período de cinco años, consolidándose como una propuesta comercial viable.

4 CAPITULO IV. ANÁLISIS TÉCNICO

4.1 Ubicación del Starbucks

La tienda Starbucks propuesta se ubicará en la ciudad de San Felipe, Región de Valparaíso, específicamente en Av. Libertador Bernardo O'Higgins N° 54, una de las principales avenidas de la comuna. Esta ubicación concentra un importante flujo vehicular y peatonal, lo que representa una excelente oportunidad para la visibilidad y posicionamiento de marca.

El local con disponibilidad de arriendo tiene una superficie de 65 m² y se encuentra en una esquina (ANEXO E), lo cual entrega mayor exposición y accesibilidad. Está emplazado en el corazón del centro comercial de la ciudad, a pocos pasos de dos importantes polos comerciales: por un lado, el Open San Felipe, que cuenta con tiendas ancla como Tottus, Falabella y Papa John's Pizza; y por otro lado, el Paseo San Felipe, que alberga tiendas como Líder, KFC y el gimnasio Smart Fit.

Adicionalmente, en las cercanías se encuentran instituciones relevantes como la sede de AIEP San Felipe, farmacias (Salcobrand y Cruz Verde), cajeros automáticos, restaurantes, la Comisaría de San Felipe y concesionarios de vehículos como Rosselot y Siglo XXI, lo que refuerza la idea de una ubicación estratégica con alta concurrencia diaria de personas.

Esta zona presenta un entorno comercial consolidado, convirtiéndola en un punto ideal para la instalación de una cafetería de marca internacional como Starbucks, con potencial para atraer tanto a consumidores locales como a quienes transitan por la ciudad por motivos laborales, educacionales o de compras.

4.2 Cálculo de aforo

Para estimar el aforo del local propuesto para la instalación de la tienda Starbucks en la ciudad de San Felipe, se dispone de una superficie útil de 65 m², destinada exclusivamente al salón de atención de clientes.

De acuerdo con recomendaciones nacionales e internacionales, para asegurar un entorno seguro, cómodo y funcional, se sugiere una superficie mínima entre 1,5 y 2 m² por persona. Este rango permite garantizar una adecuada circulación, confort al momento de consumir productos en el lugar y condiciones apropiadas para el desplazamiento tanto de clientes como del personal.

Bajo estos criterios, se obtiene el siguiente rango de aforo teórico:

- Aforo (1,5 m² por persona): $65/1,5 \approx 43$
- Aforo (2 m² por persona): $65/2 \approx 32,5 \approx 33$

Dado que se trata de una tienda Starbucks, cuya propuesta de valor incluye una experiencia de consumo relajada y cómoda, se opta por establecer un aforo máximo de 33 personas, priorizando la calidad del servicio y el confort de los clientes.

Con este aforo definido, se elaboró un plano esquemático con la distribución interior sugerida del mobiliario, disponible en la figura 4.1, partir de esta disposición se obtuvo la siguiente estimación:

Tabla 4.1 “Resumen aforo del local”

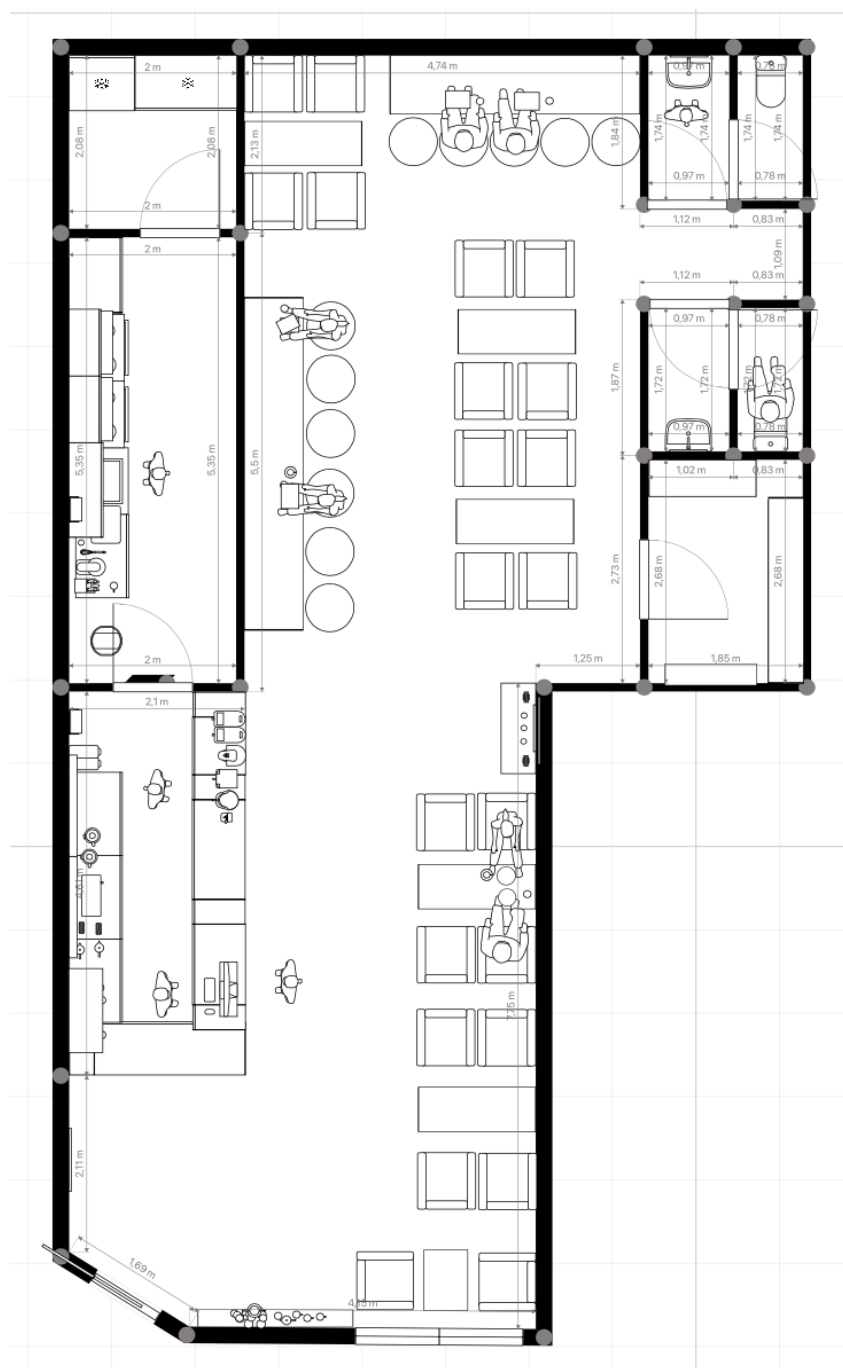
Área / Elemento	Cant. / Elemento	Cantidad de Asientos	Aforo Estimado (personas)
Mesa grande	5	4	20
Barra (lado izquierdo)	1	6	6
Barra (superior derecha)	1	5	5
Mesa Chica	1	2	2
Total			33 personas sentadas

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Layout del local

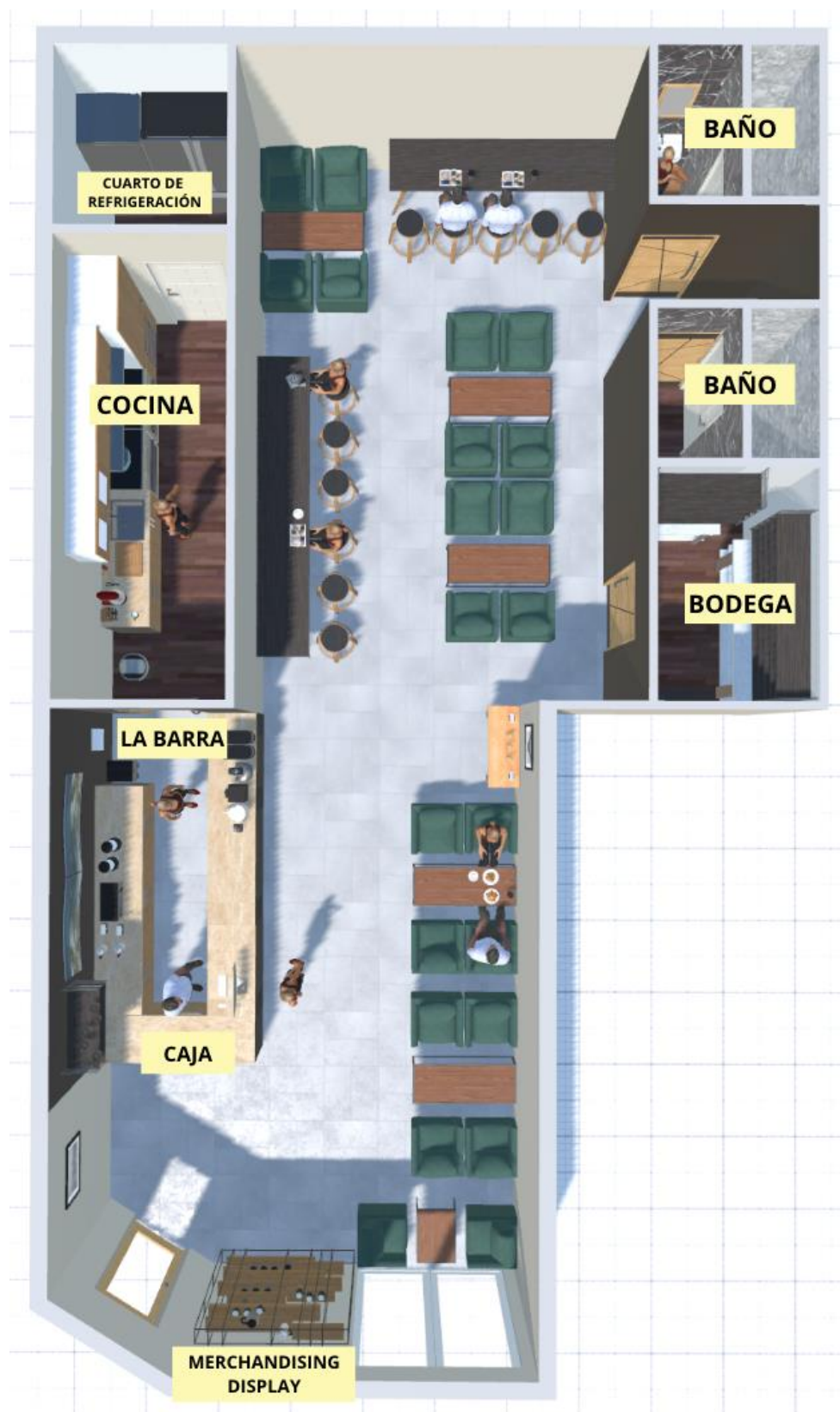
Distribución de la cafetería fue realizada en base a los espacio de un local, que actualmente se encuentra en arriendo en Av. Libertador Bernardo O'Higgins N° 54.

Figura 4.1 “Layout del local”



Fuente: Elaboración propia.

Figura 4.2 “Layout del local”



Fuente: Elaboración propia.

4.4 Productos

La tienda Starbucks en San Felipe ofrecerá los mismos productos que se encuentran actualmente disponibles en el menú oficial de Starbucks Chile. Esto incluye una amplia variedad de bebidas a base de café, como espresso, latte, cappuccino, americano y macchiato, además de opciones frías como frappuccinos, cold brew, espresso tonic y refrescos de temporada, ver ANEXO C.

También se incluirán bebidas no basadas en café, como té, infusiones, matcha y chocolate caliente, cubriendo así distintas preferencias de consumo. En cuanto a alimentos, se ofrecerán productos de pastelería, bollería, sándwiches y snacks, incluyendo opciones vegetarianas, veganas y sin gluten, de acuerdo a la disponibilidad del menú nacional.

Todos los productos podrán ser consumidos en el local o solicitados para llevar. Además, estarán disponibles para compra a través de plataformas de reparto a domicilio, como PedidosYa, lo que permitirá ampliar el alcance del servicio y facilitar el acceso a los productos para quienes prefieran consumirlos en casa o en el lugar de trabajo.

La carta se actualizará de forma periódica, en línea con las campañas estacionales y lanzamientos que Starbucks implementa a nivel nacional, asegurando una oferta dinámica y alineada con las tendencias de consumo.

4.5 Recetas estandarizadas

La preparación de los productos en la tienda Starbucks de San Felipe se realizará siguiendo las recetas estandarizadas de la marca, las cuales están definidas a nivel nacional e internacional. Estas recetas aseguran que cada bebida y alimento mantenga el mismo sabor, calidad y presentación que los clientes esperan en cualquier local de Starbucks.

El personal será capacitado directamente bajo los lineamientos operacionales de Starbucks Chile, lo que incluye entrenamientos en la correcta preparación de cada producto, manejo de

maquinaria especializada, control de porciones, buenas prácticas sanitarias y atención al cliente. Esta formación garantiza que cada colaborador pueda replicar fielmente las recetas oficiales, manteniendo altos estándares en cada preparación.

Además, se implementarán controles de calidad internos para verificar que las recetas se apliquen de manera precisa y constante. Esto incluirá supervisiones periódicas, evaluación de procedimientos, control del uso de insumos y retroalimentación continua al equipo de trabajo. El objetivo es asegurar una experiencia uniforme para el cliente, minimizar errores operativos y optimizar el uso de recursos.

Las recetas serán actualizadas regularmente en función del calendario de lanzamientos estacionales o nuevas campañas promovidas por Starbucks Chile, permitiendo así mantener una oferta dinámica, actualizada y en línea con las tendencias de consumo.

4.6 Equipo, mobiliario y utensilios

Para que la tienda Starbucks en San Felipe funcione correctamente, es necesario invertir en maquinaria especializada, mobiliario y utensilios que cumplan con los estándares de calidad y diseño de la marca. Esto garantiza una operación eficiente y una experiencia alineada con la imagen de Starbucks. Los valores están en pesos chilenos y sin IVA.

Tabla 4.1 “Inversión de implementación de Starbucks (Valor sin IVA)”

EQUIPOS	CANT.	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Máquina de Café Thermoplan Mastrena de Starbucks	1	\$10.000.000	\$10.000.000
Molino de Café	1	\$1.600.000	\$1.600.000
Máquinas de Goteo	1	\$1.490.000	\$1.490.000
Licuadoras industriales para frappuccinos	2	\$700.000	\$1.400.000
Horno de convección/recalentamiento rápido	1	\$2.100.000	\$2.100.000
Refrigerador bajo mesón (acero inoxidable)	2	\$849.990	\$1.699.980
Vitrina refrigerada exhibidora para pastelería	1	\$1.149.980	\$1.149.980
Fabricadora de hielo industrial 100kg/día	1	\$1.250.000	\$1.250.000
Lavavajilla bajo	1	\$1.480.000	\$1.480.000
SUBTOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO		\$20.619.970	\$22.169.960
MOBILIARIO CLIENTES Y PERSONAL			
Mesa de centro grande (0,53m x 1,41m)	5	\$150.000	\$750.000
Barra (0,7m x 4m)	1	\$850.000	\$850.000
Barra (0,7m x 3m)	1	\$700.000	\$700.000
Mesa de centro chica (0,53m x 0,72m)	1	\$120.000	\$120.000
Sofás individuales (0,7m x 0,68m)	22	\$185.000	\$4.070.000
Bancos (0,58m x 0,58m)	11	\$75.000	\$825.000
Mesón de atención/barra servicio (con almacenamiento)	1	\$1.850.000	\$1.850.000
Estantería de exhibición productos retail	1	\$790.000	\$790.000
SUBTOTAL MOBILIARIO		\$4.720.000	\$9.955.000
UTENSILIOS Y ACCESORIOS DE BARISTA			
Jarras de acero inoxidable para leche (3 tamaños)	3	\$12.000	\$36.000
Termómetro para leche	1	\$7.990	\$7.990
Contenedores herméticos para café y polvo	2	\$18.000	\$36.000
Utensilios cocina/barra (tablas, cuchillos, recipientes)	1	\$300.000	\$300.000
Tazas cerámica espresso Starbucks	20	\$2.200	\$44.000
Tazas cerámica latte/cappuccino	20	\$3.500	\$70.000
Tazas cerámica té	20	\$2.800	\$56.000
Kit vajilla (cucharas, servilleteros, bandejas, etc.)	1	\$400.000	\$400.000
SUBTOTAL UTENSILIOS Y ACCESORIOS		\$746.490	\$949.990
DECORACIÓN Y ADECUACIÓN DEL LOCAL			
Lámparas decorativas/ambientación	4	\$45.000	\$180.000
Cuadros estilo Starbucks	4	\$15.000	\$60.000
Revestimientos de muro madera y ladrillo falso	-	\$2.000.000	\$2.000.000
Pintura general local (interior y exterior)	-	\$400.000	\$400.000
Instalación eléctrica e iluminación técnica	-	\$750.000	\$750.000
Remodelación servicios higiénicos	-	\$550.000	\$550.000
Aire acondicionado/calefacción	2	\$480.000	\$960.000
SUBTOTAL ADECUACIÓN Y DECORACIÓN		\$4.240.000	\$4.900.000
TECNOLOGÍA Y SISTEMAS			
Punto de venta	1	\$350.000	\$350.000
Cámaras de seguridad (4 cámaras + grabador)	1	\$580.000	\$580.000
Pantallas para menú digital (LED de 43")	4	\$250.000	\$1.000.000
Sistema de sonido	1	\$800.000	\$800.000
SUBTOTAL TECNOLOGÍA		\$1.980.000	\$2.730.000
TOTAL INVERSIÓN		\$32.306.460	\$40.704.950

Fuente: Elaboración propia.

4.7 Requerimientos de personal

Para el funcionamiento eficiente de la tienda Starbucks propuesta en San Felipe, se requiere conformar un equipo de trabajo que permita cubrir las distintas áreas operativas, manteniendo los estándares de calidad, servicio y atención al cliente característicos de la marca. A continuación, se detalla la dotación de personal sugerida, sus funciones principales y la modalidad de turnos propuesta.

Tabla 4.1 “Dotación de Personal Estimada”

Cargo	Cantidad	Modalidad de Turno	Horas Semanales	Funciones Principales
Administrador	1	Jornada completa	40	Supervisión general, gestión de inventario, coordinación de personal, relación con proveedores, control de ventas y cumplimiento de estándares Starbucks.
Baristas	6	2 por turno (mañana/tarde)	33 - 40	Preparación de bebidas y alimentos, atención al cliente, operación de maquinaria, limpieza básica del área de trabajo.
Cajero/a	3	1 por turno (mañana/tarde)	33 - 40	Gestión de pedidos, cobro a clientes mediante sistema de caja, entrega de productos y atención de reclamos.
Auxiliar de limpieza	3	1 por turno (mañana/tarde)	33 - 40	Aseo general del local, apoyo en mantención de baños y espacios comunes.

Fuente: Elaboración propia.

4.7.1 Turnos Propuestos

Para cubrir estos horarios de manera eficiente, se establecen dos turnos diarios:

- **Turno Mañana:** de 07:30 a 15:30 (Sábado desde 08:00 a 16:00 y Domingos desde las 09:30 a 14:30)
- **Turno Tarde:** de 14:30 a 21:30 (Sábado desde 15:00 a 21:30 y Domingos desde las 13:30 a 19:30)

Durante los momentos de mayor demanda, ambos turnos se superponen parcialmente, lo que permite mantener una atención continua y de calidad.

4.7.2 Horario de atención del local

- **Lunes a Viernes:** de 07:30 a 21:30 → **15 h/día**
- **Sábado:** de 08:00 a 21:30 → **14,5 h/día**
- **Domingo:** de 09:30 a 19:30 → **11 h/día**

Tabla 4.2 “Horario de atención”

Días	Turno mañana			Turno tarde		
	Entrada	Salida	Horas	Entrada	Salida	Horas
Lunes	7:30	15:30	8	14:30	21:30	7
Martes	7:30	15:30	8	14:30	21:30	7
Miércoles	7:30	15:30	8	14:30	21:30	7
Jueves	7:30	15:30	8	14:30	21:30	7
Viernes	7:30	15:30	8	14:30	21:30	7
Sábado	8:00	16:00	8	15:00	21:30	6,5
Domingo	9:30	14:30	5	13:30	19:30	6
Horas totales			53			47,5

Fuente: Elaboración propia.

4.7.3 Resumen de personal total

- **Personal Total:** 13 personas
- **Personal presente simultáneamente:** 4 o 5 personas
- **Rotación de baristas, cajero/a y auxiliar de limpieza:** permite cubrir la operación de forma eficiente y sin sobrecargar al personal.

4.7.4 Justificación del personal

La estructura propuesta es adecuada para un local con aforo limitado, permitiendo eficiencia operativa sin incurrir en una sobrecarga de personal. La flexibilidad de los turnos garantiza cobertura en todos los días de la semana y durante los horarios de mayor concurrencia. Además, el encargado del local podrá colaborar activamente en labores operativas cuando la situación lo requiera, asegurando así una gestión integral del negocio.

Es importante destacar que la planificación de turnos se ajusta a la normativa laboral vigente en Chile, que actualmente establece una jornada máxima de 44 horas semanales. No obstante, la Ley 21.561 contempla una reducción gradual de la jornada laboral: en abril de 2026 se reducirá a 42 horas, y en 2028 alcanzará su plena vigencia con un máximo de 40 horas semanales, manteniendo siempre el límite de 10 horas diarias, distribuidas en no más de 5 o 6 días por semana. Bajo este marco normativo, la dotación de personal se organizó de manera que cada trabajador cumpla con dichos parámetros legales, evitando sobrecargas y asegurando el equilibrio entre eficiencia operativa y bienestar laboral.

4.8 Capacidad instalada y nivel de producción estimado

La capacidad instalada del local se encuentra determinada principalmente por el equipamiento técnico disponible, el número de baristas por turno y el horario de atención definido. En este caso, se utilizará una cafetera automática Mastrena II, desarrollada por Thermoplan AG, la cual es el equipo utilizado por Starbucks en todas sus tiendas. Esta máquina está diseñada para operar en entornos de alta demanda y cuenta con un sistema integrado de molido, dosificación y extracción, lo que permite una operación eficiente con menor intervención del operador.

Según la información técnica proporcionada por el fabricante, la Mastrena II puede preparar hasta 240 bebidas por hora en condiciones óptimas, trabajando con dos baristas capacitados. Sin embargo, considerando las particularidades del local propuesto en San Felipe (aforo de 33 personas sentadas, atención promedio de 2 a 3 minutos por cliente, y una rotación moderada), se ha definido una producción promedio estimada de 40 bebidas por hora, lo cual representa un flujo medio-alto adecuado para una tienda de tamaño intermedio.

Para tener una visión más realista, en el siguiente cuadro se muestran los tres escenarios de producción por hora, de acuerdo con el nivel de demanda:

Tabla 4.2 “Nivel de producción estimado”

Nivel de flujo	Producción estimada por hora	Observaciones
Bajo	20–25 bebidas/hora	Horas de baja demanda: por la mañana o a media tarde
Medio	30–40 bebidas/hora	Horario regular, con flujo constante
Alto	50–60 bebidas/hora	Horas punta: almuerzo, tarde o fines de semana

Fuente: Elaboración propia.

5 CAPITULO V. ANÁLISIS LEGAL

Este capítulo aborda los aspectos legales fundamentales para la implementación y operación de una tienda Starbucks en la ciudad de San Felipe, considerando la normativa vigente en Chile. El cumplimiento legal no solo es un requisito para operar formalmente, sino también un elemento clave para la sostenibilidad, reputación y escalabilidad del negocio.

5.1 Informaciones previas

Antes de establecer cualquier tipo de actividad comercial, es obligatorio verificar si el inmueble donde se pretende instalar la tienda es apto desde el punto de vista urbanístico. Esto se realiza mediante la solicitud del Certificado de Informaciones Previas (CIP) en la Dirección de Obras Municipales (DOM) de la Municipalidad de San Felipe.

Este certificado contiene información clave sobre:

- Zonificación del terreno.
- Usos de suelo permitidos.
- Limitaciones legales o normativas que puedan restringir la actividad.
- Alineaciones y rasantes, entre otros elementos urbanísticos.

Para este proyecto en particular, se debe comprobar que la propiedad ubicada en Av. Libertador Bernardo O'Higgins N°54 esté emplazada en una zona autorizada para actividades comerciales como cafeterías. Este documento es requisito indispensable para obtener la autorización sanitaria y, posteriormente, la patente comercial municipal.

Además, este certificado permite anticipar posibles restricciones normativas (por ejemplo, zonas residenciales sin destino comercial), evitando así contingencias legales futuras y asegurando que la inversión se realice en un inmueble adecuado.

5.2 Autorización sanitaria

La autorización sanitaria valida que el local cumple con las condiciones básicas de higiene, seguridad y salubridad necesarias para operar. Este permiso se gestiona ante la Secretaría Regional Ministerial (SEREMI) de Salud de la Región de Valparaíso.

Para la apertura de una tienda Starbucks, que implica manipulación y expendio de alimentos y bebidas, es obligatorio obtener este permiso antes de solicitar la patente comercial.

Los documentos y requisitos exigidos por la SEREMI incluyen:

- **Plano o croquis de la planta y sus instalaciones sanitarias:** debe incluir la ubicación de los muebles del local, cocina, baños, hornos, refrigeradores, vitrinas, y zonas de almacenamiento de alimentos e insumos.
- **Croquis de los sistemas de ventilación y climatización:** se debe especificar la ubicación, materialidad y tipo de los sistemas de eliminación de calor, olor y vapor, especialmente en cocina, baños y bodegas.
- **Sistema de eliminación de desechos:** debe detallarse un espacio exclusivo para almacenamiento temporal de basura, aislado del resto del local, que garantice condiciones higiénicas adecuadas.
- **Certificado de agua potable y alcantarillado:** debe ser emitido por la empresa sanitaria correspondiente (en San Felipe, Esval S.A.), y acredita que el local cuenta con conexión regular al servicio público de agua y eliminación de residuos líquidos.

Una vez presentada esta documentación y realizada la inspección en terreno por parte de la SEREMI, se emite la resolución sanitaria aprobatoria, la cual autoriza formalmente el funcionamiento del local desde el punto de vista higiénico y ambiental.

Este permiso debe estar vigente y visible en el local, y puede ser objeto de fiscalizaciones periódicas.

5.3 Sociedad

En Chile, la cadena Starbucks opera a través de la sociedad denominada Starbucks Coffee Chile S.A., inscrita legalmente como una Sociedad Anónima Cerrada, cuya administración, operación y expansión están bajo el control del holding internacional Alsea S.A.B. de C.V., con sede en México, que posee los derechos exclusivos para operar la marca en el país.

Esta estructura societaria permite a Starbucks establecer nuevas tiendas propias o franquiciadas bajo una misma razón social, garantizando la estandarización de procesos, el control de calidad y la coherencia con la identidad global de la marca. Por ello, la tienda propuesta para San Felipe no requeriría la creación de una nueva sociedad, sino que se integraría dentro del marco jurídico y operativo de Starbucks Coffee Chile S.A., ya sea como sucursal directa o unidad operativa bajo un esquema de franquicia administrada.

Al operar bajo una Sociedad Anónima, Starbucks en Chile cuenta con ventajas como:

- Responsabilidad limitada de los accionistas, acotada al monto de sus aportes.
- Facilidad de expansión, permitiendo la apertura de múltiples locales bajo una misma estructura jurídica.
- Acceso a capital e inversión extranjera, dada su naturaleza de sociedad controlada por un grupo internacional con presencia bursátil.

Desde el punto de vista legal, esto implica que los procesos administrativos y jurídicos clave como la obtención de permisos municipales, tributarios y sanitarios se realizan directamente a nombre de Starbucks Coffee Chile S.A., siguiendo los protocolos y lineamientos internos de la marca a nivel nacional.

Esta figura garantiza que la operación en San Felipe mantenga los estándares internacionales de calidad y atención al cliente, a la vez que se ajusta a las normativas legales vigentes en el país. Además, permite una gestión centralizada de aspectos contables, laborales y de

cumplimiento normativo, facilitando su inserción en el entorno comercial local sin necesidad de constituir una nueva razón social.

5.4 Inicio de Actividades

Al operar bajo una sociedad ya existente, el proceso de inicio de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos (SII) no implica la creación de un nuevo RUT, sino la habilitación de una nueva sucursal dentro del RUT de Starbucks Coffee Chile S.A.

Este proceso considera:

- Declarar la dirección de la nueva tienda (en este caso, Av. Libertador Bernardo O'Higgins N° 54, San Felipe).
- Actualizar el giro comercial, especificando la venta de alimentos y bebidas preparados.
- Registrar la sucursal como emisora de boletas y facturas electrónicas.

El trámite se realiza de manera electrónica a través del portal del SII, y permite comenzar a operar formalmente en términos tributarios. A partir de este momento, la empresa queda sujeta a obligaciones fiscales como:

- Declaraciones mensuales (Formulario 29).
- Emisión de boletas electrónicas.
- Pago de IVA y retenciones.

Este procedimiento lo realiza directamente el equipo contable de Starbucks Chile, lo que asegura consistencia en la gestión y cumplimiento de normativas tributarias.

5.5 Patente Comercial

La patente comercial es el permiso municipal que habilita legalmente la operación del local en una determinada comuna. En este caso, se tramita ante la Municipalidad de San Felipe, a nombre de Starbucks Coffee Chile S.A.

La patente es un requisito legal obligatorio para funcionar, y su valor depende del capital afecto declarado y del tipo de actividad económica registrada.

Documentación necesaria:

- Certificado de Informaciones Previas que acredite el uso permitido del suelo.
- Permiso sanitario vigente, otorgado por la Seremi.
- Declaración de inicio de actividades del local ante el SII.
- Contrato de arriendo del local o título de dominio, según corresponda.

La patente se paga en dos cuotas anuales y debe renovarse cada año. Su obtención confirma que la tienda cumple con los requisitos municipales y puede operar con normalidad dentro del marco legal local.

5.6 Registros de Marca

La marca Starbucks se encuentra registrada en Chile ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI), lo que le otorga protección legal en las categorías de alimentos, bebidas, servicios de cafetería y comercio minorista.

Starbucks Coffee Chile S.A. es la entidad autorizada para operar en el país, gracias a un acuerdo de licencia y representación con el titular de la marca a nivel global. Esta autorización:

- Restringe el uso del nombre, logotipo e identidad visual solo a tiendas oficiales.

- Garantiza que cada tienda cumpla con el manual corporativo de marca.
- Protege frente a posibles usos no autorizados o competencia desleal.

En el caso de San Felipe, la tienda operará con la marca oficialmente registrada, lo que asegura consistencia en la experiencia del cliente, identidad visual y calidad de productos, conforme a los estándares internacionales de la empresa.

6 CAPITULO VI. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero constituye una herramienta fundamental para evaluar la viabilidad económica de un proyecto. A través de este análisis es posible determinar si la inversión propuesta generará rentabilidad suficiente en el tiempo y si es capaz de cubrir los costos iniciales y operativos mediante sus flujos de caja futuros.

En este capítulo se utilizará la información recopilada en los capítulos anteriores para estimar la factibilidad económica de instalar una tienda Starbucks en la ciudad de San Felipe. Se procederá al cálculo de indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI), los cuales permitirán evaluar el comportamiento proyectado del flujo de caja del proyecto.

El análisis también contemplará los elementos necesarios para estimar la inversión inicial, los costos fijos y variables, el capital de trabajo, y se elaborarán flujos de caja tanto para el proyecto puro como para su versión financiada. Para fines de evaluación, se considera una vida útil del proyecto de 5 años, y todos los valores presentados se expresarán en pesos chilenos corrientes.

6.1 Cálculo de indicadores financieros

6.1.1 Valor actual neto (VAN)

El VAN permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de cajas futuros, originados por una inversión. En otras palabras el VAN estima cuánto valor agrega un proyecto por sobre su inversión inicial.

La fórmula para calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Q_t}{(1+r)^t} - I$$

Donde:

- Q_t : Flujo de caja en el periodo t
- r : Tasa de descuento o tasa de interés requerida
- I : Inversión inicial
- n : Número total de periodos del proyecto

Interpretación:

- Si $VAN > 0$, el proyecto es rentable y se recomienda su ejecución.
- Si $VAN < 0$, el proyecto genera pérdidas y no se recomienda invertir.
- Si $VAN = 0$, el proyecto apenas cubre el costo del capital, por lo que la decisión dependerá de factores cualitativos adicionales (posicionamiento de marca, expansión territorial, etc.).

6.1.2 Tasa interna de retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) representa la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. En otras palabras, es la rentabilidad promedio anual que genera un proyecto durante su vida útil.

La TIR se determina a través de la siguiente expresión:

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{Q_t}{(1 + TIR)^t} - I$$

Donde:

- Q_t : Flujo de caja en el periodo t
- TIR: Tasa interna de retorno
- I : Inversión inicial
- n : Número total de periodos del proyecto

Interpretación:

- Si $TIR > r$ (tasa de descuento), el proyecto es aceptable, ya que ofrece una rentabilidad superior al mínimo exigido.
- Si $TIR < r$, el proyecto debe rechazarse, pues no cumple con el nivel de rentabilidad requerido.
- Si $TIR = r$, el proyecto es indiferente desde el punto de vista financiero.

Cabe señalar que se considera válida una única TIR cuando los flujos de caja del proyecto presentan un solo cambio de signo (de negativo a positivo), condición común en proyectos bien estructurados.

6.1.3 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) indica el tiempo necesario para recuperar el capital invertido a partir de los flujos de caja generados por el proyecto. Este indicador es relevante para conocer el riesgo y la liquidez del proyecto, ya que muestra en qué momento el inversionista empieza a obtener beneficios netos.

Su cálculo se realiza acumulando los flujos de caja hasta igualar o superar el monto total invertido.

$$\text{PRI} = \text{Año anterior} + \frac{\text{Monto pendiente por recuperar}}{\text{Flujo neto del año en que se recupera}}$$

Esto quiere decir que a menor PRI, menor riesgo asociado a la inversión.

6.2 Inversión inicial

6.2.1 Inversión en activo fijo intangible identificables

Son los bienes inmateriales esenciales que contribuyen al desempeño de la empresa y están sujetos a amortización.

La instalación de una tienda Starbucks en San Felipe, no contará con alguna inversión en activos fijos intangibles ya que la tienda operará como una nueva sucursal de Starbucks Coffee Chile S.A., sociedad anónima cerrada controlada por Alsea S.A.B. de C.V., la cual ya posee los derechos sobre la marca, licencias de software, sistemas operativos, y demás activos intangibles necesarios para la operación de sus tiendas en el país. Por lo tanto, no existe necesidad de adquirir o registrar nuevos intangibles como franquicias, licencias o desarrollos tecnológicos.

6.2.2 Inversión en activo fijo tangible

Son los bienes físicos que una empresa adquiere para utilizarlos de manera permanente en sus operaciones, ya sea en producción, comercialización o gestión. Estos activos son fundamentales para el desarrollo de la actividad económica del negocio.

Tabla 6.1 “Inversión depreciable”

INVERSIÓN DEPRECIABLE	CANT.	VR. UNITARIO	VR. TOTAL AÑO 0	VIDA ÚTIL	VR. DEPRECIACIÓN
MAQUINARIA Y EQUIPO					
Máquina de Café Thermoplan Mastrena de Starbucks	1	\$10.000.000	\$10.000.000	15	\$666.667
Molino de Café	1	\$1.600.000	\$1.600.000	15	\$106.667
Máquinas de Goteo	1	\$1.490.000	\$1.490.000	15	\$99.333
Licadoras industriales para frappuccinos	2	\$700.000	\$1.400.000	15	\$93.333
Horno de convección/recalentamiento rápido	1	\$2.100.000	\$2.100.000	9	\$233.333
Refrigerador bajo mesón (acero inoxidable)	2	\$849.990	\$1.699.980	9	\$188.887
Vitrina refrigerada exhibidora para pastelería	1	\$1.149.980	\$1.149.980	9	\$127.776
Fabricadora de hielo industrial 100kg/día	1	\$1.250.000	\$1.250.000	15	\$83.333
Lavavajilla bajo	1	\$1.480.000	\$1.480.000	15	\$98.667
SUBTOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO		\$20.619.970	\$22.169.960		\$1.697.996
MOBILIARIO CLIENTES Y PERSONAL					
Mesa de centro grande (0,53m x 1,41m)	5	\$150.000	\$750.000	7	\$107.143
Barra (0,7m x 4m)	1	\$850.000	\$850.000	7	\$121.429
Barra (0,7m x 3m)	1	\$700.000	\$700.000	7	\$100.000
Mesa de centro chica (0,53m x 0,72m)	1	\$120.000	\$120.000	7	\$17.143
Sofás individuales (0,7m x 0,68m)	22	\$185.000	\$4.070.000	7	\$581.429
Bancos (0,58m x 0,58m)	11	\$75.000	\$825.000	7	\$117.857
Mesón de atención/barra servicio (con almacenamiento)	1	\$1.850.000	\$1.850.000	7	\$264.286
Estantería de exhibición productos retail	1	\$790.000	\$790.000	7	\$112.857
SUBTOTAL MOBILIARIO		\$4.720.000	\$9.955.000		\$1.422.143
UTENSILIOS Y ACCESORIOS DE BARISTA					
Contenedores herméticos para café y polvo	2	\$18.000	\$36.000	3	\$12.000
Utensilios cocina/barra (tablas, cuchillos, recipientes)	1	\$300.000	\$300.000	3	\$100.000
SUBTOTAL UTENSILIOS Y ACCESORIOS		\$318.000	\$336.000		\$112.000

DECORACIÓN Y ADECUACIÓN DEL LOCAL					
Revestimientos de muro madera y ladrillo falso	-	\$2.000.000	\$2.000.000	10	\$200.000
Pintura general local (interior y exterior)	-	\$400.000	\$400.000	10	\$40.000
Instalación eléctrica e iluminación técnica	-	\$750.000	\$750.000	10	\$75.000
Remodelación servicios higiénicos	-	\$550.000	\$550.000	10	\$55.000
Aire acondicionado/calefacción (split 18.000 BTU)	2	\$480.000	\$960.000	10	\$96.000
SUBTOTAL ADECUACIÓN Y DECORACIÓN		\$4.180.000	\$4.660.000		\$466.000

TECNOLOGÍA Y SISTEMAS					
Punto de venta	1	\$350.000	\$350.000	6	\$58.333
Cámaras de seguridad (4 cámaras + grabador)	1	\$580.000	\$580.000	6	\$96.667
Pantallas para menú digital (LED de 43")	4	\$250.000	\$1.000.000	6	\$166.667
Sistema de sonido	1	\$800.000	\$800.000	6	\$133.333
SUBTOTAL TECNOLOGÍA		\$1.980.000	\$2.730.000		\$455.000

TOTAL INVERSIÓN		\$31.817.970	\$39.850.960		\$4.153.138
------------------------	--	---------------------	---------------------	--	--------------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6.2 “Inversión no depreciable”

INVERSIÓN NO DEPRECIABLE	CANT.	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
---------------------------------	--------------	---------------------	------------------

UTENSILIOS Y ACCESORIOS DE BARISTA			
Jarras de acero inoxidable para leche (3 tamaños)	3	\$12.000	\$36.000
Termómetro para leche	1	\$7.990	\$7.990
Tazas cerámica espresso Starbucks	20	\$2.200	\$44.000
Tazas cerámica latte/cappuccino	20	\$3.500	\$70.000
Tazas cerámica té	20	\$2.800	\$56.000
Kit vajilla (cucharas, servilleteros, bandejas, etc.)	1	\$400.000	\$400.000
SUBTOTAL UTENSILIOS Y ACCESORIOS		\$428.490	\$613.990

DECORACIÓN Y ADECUACIÓN DEL LOCAL			
Lámparas decorativas/ambientación	4	\$45.000	\$180.000
Cuadros estilo Starbucks	4	\$15.000	\$60.000
SUBTOTAL ADECUACIÓN Y DECORACIÓN		\$60.000	\$240.000

TOTAL INVERSIÓN		\$488.490	\$853.990
------------------------	--	------------------	------------------

Fuente: Elaboración propia.

6.3 Costos Fijos

Son aquellos costos que permanecen constantes durante un período de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción.

Dado que la tienda proyectada será una sucursal operada directamente por Starbucks Coffee Chile S.A., sociedad controlada por Alsea S.A.B. de C.V., muchos de los costos fijos generales típicos de una operación independiente no serán asumidos por el local de forma individual. Entre estos se encuentran gastos como publicidad institucional, desarrollo tecnológico, sistemas de fidelización, gestión logística, contabilidad, recursos humanos y otros servicios corporativos, los cuales son gestionados y financiados de manera centralizada por la matriz. Por tanto, en este estudio se consideran únicamente los costos fijos operativos locales, tales como el arriendo del local, servicios básicos, remuneraciones del personal de tienda, licencias y patentes municipales, y otros gastos menores de operación diaria.

6.3.1 Costos fijos por remuneración

En Starbucks Chile, los cargos de barista y cajero/a suelen ser intercambiables, ya que ambos colaboradores están capacitados para desempeñar funciones similares dentro del local. En promedio, estos trabajadores reciben una remuneración de \$2.800 por hora trabajada. Considerando una jornada diaria estimada de 7,5 horas, esto equivale a un ingreso diario de \$21.000 ($\$2.800 \times 7,5$) y a una remuneración mensual aproximada de \$630.000 ($\$21.000 \times 30$ días).

En el caso del auxiliar de limpieza, se estima una jornada diaria promedio de 7,5 horas, con una remuneración igual al sueldo mínimo en Chile, vigente partir del 1 de mayo de 2025, el cual es de \$529.000 pesos bruto.

Por su parte, el administrador del local tendría una jornada laboral conforme a lo establecido por la Ley N.º 21.561, la cual contempla una reducción gradual de la jornada ordinaria de trabajo en Chile. Desde el año 2024, la jornada semanal máxima es de 44 horas,

disminuyendo a 42 horas en 2026, hasta alcanzar 40 horas semanales en 2028. Esta jornada puede distribuirse entre un mínimo de cuatro y un máximo de seis días por semana, sin exceder el límite legal correspondiente. Para este cargo, se proyecta una remuneración mensual de \$1.000.000, en función de sus responsabilidades administrativas, de supervisión y gestión operativa del local.

Tabla 6.3 “Costos por remuneraciones”

CARGO	CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL SALARIOS
BARISTAS	Salario básico mensual	\$630.000	6	\$3.780.000
	Salario anual	\$7.560.000		\$45.360.000
CAJERO/A	Salario básico mensual	\$630.000	3	\$1.890.000
	Salario anual	\$7.560.000		\$22.680.000
ADMINISTRADOR	Salario básico mensual	\$1.000.000	1	\$1.000.000
	Salario anual	\$12.000.000		\$12.000.000
AUXILIAR DE LIMPIEZA	Salario básico mensual	\$529.000	3	\$1.587.000
	Salario anual	\$6.348.000		\$19.044.000

TOTAL SALARIOS MENSUALES	\$2.789.000		\$8.257.000
TOTAL SALARIOS ANUALES	\$33.468.000		\$99.084.000

Fuente: Elaboración propia.

6.3.2 Costo fijo por arriendo

El local en arriendo, ubicado en Av. Libertador Bernardo O’Higgins N° 54, tiene un valor mensual de 37 Unidades de Fomento (UF), lo que equivale aproximadamente a \$1.445.997, según el valor de la UF al mes de (01/05/2025).

Tabla 6.4 “Costo por arriendo”

DESCRIPCION	CONCEPTO	PRECIO EN UF	PRECIO UF (01/05/25)	VALOR
Arriendo local	Mensual	37	\$39.081	\$1.445.997
	Anual	444	\$39.081	\$17.351.964

Fuente: Elaboración propia.

6.3.3 Costos fijos por servicios básicos

Los costos fijos por servicios básicos corresponden a aquellos servicios indispensables para el funcionamiento continuo del local, tales como energía eléctrica, agua potable e internet. Para su estimación, se tomaron como referencia valores promedio de consumo y tarifas vigentes en la comuna de San Felipe.

En el caso de la energía eléctrica, el valor promedio del kilowatt-hora (kWh) es de \$259, tomando como referencia una cuenta residencial local con fecha (04/08/2025). Los principales equipos que generan consumo eléctrico en una tienda Starbucks incluyen la máquina de café industrial, refrigeradores, hornos eléctricos de convección y sistemas de aire acondicionado, los cuales operan de forma constante durante gran parte del día. Se estima un consumo mensual aproximado de 2.500 kWh.

Respecto al consumo de agua potable, se proyecta un gasto mensual de 30m³, considerando el uso intensivo de la máquina de café, la máquina de hielo y los servicios higiénicos para clientes y trabajadores. El costo por metro cúbico (m³) es de \$2.075, tomando como referencia una cuenta residencial local con fecha (31/07/2025) .

En cuanto al servicio de internet, se consideró un plan de fibra óptica avanzado. Este servicio es necesario para operar el sistema de ventas, acceder a plataformas de gestión interna y mantener conectividad en el local. El costo mensual estimado es de \$24.000.

Tabla 6.5 “Costo por servicios básicos”

DESCRIPCION	TARIFA	CANTIDAD	CONCEPTO	VALOR
ENERGIA ELECTRICA	\$259 / kWh	2.500 kWh	Mensual	\$647.500
			Anual	\$7.770.000
AGUA	\$2.075 / m³	30m³	Mensual	\$62.250
			Anual	\$747.000
INTERNET	-	-	Mensual	\$24.000
			Anual	\$288.000
TOTAL MENSUALES				\$733.750
TOTAL ANUALES				\$8.805.000

Fuente: Elaboración propia.

6.3.4 Costos fijos por permisos

Durante la operación del local, existen ciertos gastos obligatorios y recurrentes asociados al cumplimiento de normativas municipales. Entre ellos destacan la patente comercial, los derechos de aseo comercial y el permiso de publicidad exterior.

El valor de la patente comercial se determina como un porcentaje del capital propio afecto a la actividad económica, de acuerdo con lo establecido en el Decreto Ley N.º 3.063 sobre Rentas Municipales. En este proyecto se ha estimado un capital afecto de \$50.000.000, lo que genera un pago anual de \$250.000, correspondiente al 0,5% del capital declarado. Este monto se paga en dos cuotas semestrales de \$125.000.

Los derechos de aseo en San Felipe corresponden a un cobro municipal semestral por retiro de residuos sólidos para locales comerciales, el cual se calcula en base al avalúo fiscal y se paga junto con la patente comercial; para este proyecto, el costo anual es de 0,96 UTM (equivalentes a \$65.902 según la UTM de mayo 2025), dividido en dos cuotas semestrales.

El permiso de publicidad exterior en San Felipe, tiene un costo semestral de 0,12 UTM por m² (para letreros luminosos). Para un letrero de 2 m², el costo sería de 0,48 UTM anuales (equivalente a 32.951 según la UTM de mayo 2025).

Estos costos son obligatorios para el funcionamiento regular del local y deben ser considerados dentro de los gastos fijos anuales del proyecto.

Tabla 6.6 “Costo por permisos”

DESCRIPCION	VALOR
Patente comercial (pago anual)	\$250.000
Permiso sanitario (pago único)	\$60.000
Derechos de aseo comercial (pago anual)	\$65.902
Permiso de publicidad (pago anual)	\$32.951
Total	\$408.853

Fuente: Elaboración propia.

6.3.5 Costos fijos por gastos generales

Tabla 6.7 “Costo por gastos generales”

GASTO FIJO	VALOR ANUAL
Remuneración	\$99.084.000
Arriendo	\$17.351.964
Servicios básicos	\$8.805.000
Gastos permisos	\$408.853
Total	\$125.649.817

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6.8 “Costo por gastos de Marketing”

Ítem	Descripción	VALOR MENSUAL
Community Manager / RRSS	Gestión de redes sociales, contenido y respuesta a usuarios	\$200.000
Publicidad digital	Campañas mensuales en Instagram Ads y Google Ads	\$100.000
Producción de contenido	Fotografía, diseño de post, edición de video promocional	\$100.000
Promociones y fidelización	Tarjetas de cliente frecuente, descuentos estacionales	\$100.000
Total		\$500.000

Fuente: Elaboración propia.

6.4 Costos variables

Los costos variables corresponden a aquellos gastos que aumentan o disminuyen en función directa del volumen de ventas y la actividad operativa de la tienda. Es decir, mientras mayor sea la demanda, mayor será el consumo de ciertos recursos, como materia prima e insumos operacionales.

En este proyecto, se han clasificado los costos variables en dos categorías principales: materia prima e insumos.

6.4.1 Materia prima

La materia prima corresponde a los productos utilizados directamente en la elaboración de las bebidas y alimentos ofrecidos por la tienda. Representa una parte significativa del costo unitario de cada producto vendido.

Entre los principales elementos considerados como materia prima se encuentran:

- Café en grano (espresso, americano, latte, etc.)
- Leche (entera, descremada, vegetal)
- Jarabes y salsas saborizantes (vainilla, caramelo, mocha, etc.)
- Productos de panadería y repostería (muffins, brownies, sándwiches)
- Hielo (producido en el local)

Para efectos del análisis financiero, se proyectará un porcentaje de costo de materia prima sobre las ventas mensuales, el cual usualmente en cafeterías de este tipo oscila entre el 25% y el 35% de las ventas netas. Al ser un Starbucks que cuenta con una cadena de abastecimiento optimizada, se estima que el costo de la materia prima represente en promedio un 30% de las ventas mensuales.

6.4.2 Insumos

Los insumos corresponden a todos los elementos utilizados para la entrega de los productos al cliente y la mantención operativa del local, los cuales no forman parte del producto final, pero su consumo también depende directamente del volumen de ventas.

Entre los principales insumos considerados están:

- Vasos de papel y plástico (según tipo de bebida)
- Tapas, bombillas, agitadores
- Servilletas
- Azúcar, endulzantes
- Bolsas para llevar
- Toallas de papel y paños descartables

Además, se incluyen en esta categoría los artículos de limpieza y aseo, indispensables para mantener las condiciones de higiene requeridas por la normativa sanitaria, como:

- Detergentes y Desinfectantes
- Cloro, limpiavidrios y limpiadores de piso
- Guantes, paños, escobillas y papel secante

Para efectos del análisis financiero, y considerando la eficiencia operativa del modelo Starbucks, se estima que el costo por insumos corresponde al 10% de las ventas mensuales.

Tabla 6.8 “Costos variables”

DESCRIPCIÓN	PROYECCION DE VENTA AL MES	% DE LAS VENTA MENSUAL	VALOR MES	VALOR ANUAL
Materia Prima	\$23.820.000	30%	\$7.146.000	\$85.752.000
Insumos	\$23.820.000	10%	\$2.382.000	\$28.584.000
Total			\$9.528.000	\$114.336.000

Fuente: Elaboración propia.

Esta estimación se basa en un escenario moderado de ventas mensuales proyectadas de \$23.820.000, definido en la Tabla 3.15 del estudio de demanda. Los porcentajes aplicados reflejan los costos promedio de una operación eficiente en una cadena como Starbucks Coffee Chile S.A.

6.5 Capital de trabajo

El capital de trabajo representa los recursos financieros necesarios para cubrir los compromisos operativos del corto plazo, especialmente durante la etapa inicial de funcionamiento del negocio, cuando aún no se alcanza el punto de equilibrio. Este capital es fundamental para asegurar la continuidad operativa desde la apertura del local, permitiendo financiar la compra de insumos, el pago de servicios, remuneraciones, arriendo anticipado y otros gastos esenciales del primer ciclo mensual.

Para la tienda Starbucks proyectada en San Felipe, el capital de trabajo ha sido estimado considerando los siguientes componentes:

- Remuneraciones del primer mes de operación para el administrador, dos baristas/cajeros y un auxiliar de limpieza.
- Marketing del primer mes.
- Servicios básicos del primer mes, como electricidad, agua potable, internet.
- Arriendo anticipado del local, equivalente a dos meses, según práctica habitual en contratos comerciales.
- Stock inicial de productos e insumos, como café, leche, vasos, servilletas y otros consumibles.
- Fondo de contingencia operativa, destinado a cubrir imprevistos menores durante el primer mes de funcionamiento.

Tabla 6.9 “Capital de trabajo”

Costos Variables	NETO MES
Stock inicial de insumos	\$9.528.000
Fondo de contingencia operativa	\$950.938
Costos Fijos	
Remuneraciones primer mes	\$8.257.000
Marketing	\$500.000
Luz	\$647.500
Agua	\$62.250
Internet	\$24.000
Arriendo del local (2 meses)	\$2.891.994
Total capital de trabajo	\$22.861.682

Fuente: Elaboración propia.

El stock inicial de insumos es el del costo variable mensual proyectado, basado en un escenario moderado de ventas de \$23.820.000, con el objetivo de cubrir las operaciones durante el primer mes, mientras que el fondo de contingencia operativa se calculó como el 5% del capital de trabajo, sin considerar el arriendo anticipado ($\$19.018.750 \times 5\% = \$950.938$), para cubrir gastos imprevistos menores durante el primer mes de funcionamiento.

6.6 Inversión inicial total

La inversión inicial total corresponde al monto de recursos necesarios para poner en marcha el proyecto, considerando todos los elementos requeridos para la instalación, habilitación y operación de la tienda Starbucks en San Felipe. Esta inversión incluye tanto activos fijos como capital de trabajo, permisos y otros costos necesarios para iniciar las operaciones desde el primer día.

Los componentes considerados en esta estimación son los siguientes:

Tabla 6.10 “Inversión inicial total”

DESCRIPCIÓN	NETO UNITARIO
Activos fijos tangibles	\$40.704.950
Permiso sanitario	\$60.000
Capital de trabajo	\$22.861.682
Total inversión inicial	\$63.626.632

Fuente: Elaboración propia.

La inversión inicial total estimada para la implementación de la tienda Starbucks en San Felipe asciende a \$63.626.632, y contempla todos los elementos necesarios para el correcto funcionamiento del local desde su apertura. Esta cifra incluye activos físicos, habilitación, permisos legales obligatorios y un capital de trabajo completo que cubre los gastos operativos del primer mes, además de una reserva para imprevistos.

Este monto será considerado como el desembolso inicial del proyecto para la elaboración del flujo de caja del proyecto, así como para evaluar su rentabilidad mediante indicadores financieros como el VAN, TIR y PRI.

6.7 Depreciación

Es la disminución progresiva del valor de un activo a lo largo del tiempo, producto de factores como el desgaste, el uso o simplemente su antigüedad.

Para su cálculo, se empleará el método de depreciación lineal, el cual reparte el valor del activo de manera uniforme a lo largo de su vida útil. Los periodos de depreciación están establecidos por el SII (Servicio de Impuestos Internos).

Tabla 6.11 “Año vida útil activo”

NÓMINA DE BIENES SEGUN ACTIVIDADES	NUEVA VIDA ÚTIL NORMAL	DEPRECIACIÓN ACELERADA
A.- ACTIVOS GENÉRICOS		
7) Construcciones provisionarias.	10	3
8) Instalaciones en general (ejemplos: eléctricas, de oficina, etc.).	10	3
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
22) Muebles y enseres.	7	2
23) Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras, etc.).	6	2
28) Equipo de audio y video.	6	2
H.- OTRAS	NUEVA VIDA ÚTIL NORMAL	DEPRECIACIÓN ACELERADA
1) Enseres, artículos de porcelana, loza, vidrio, cuchillería, mantelería, ropa de cama y similares, utilizados en hoteles, moteles y restaurantes.	3	1

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6.12 “Depreciación activos tangibles”

INVERSIÓN DEPRECIABLE	VR. TOTAL	VIDA ÚTIL	VR. DEPRECIACIÓN
	AÑO 0		
Maquinarias y equipos en general	\$17.220.000	15	\$1.148.000
Equipamiento de Cocina y Refrigeración	\$4.949.960	9	\$549.996
Muebles y enseres	\$9.955.000	7	\$1.422.143
Utensilios y Menaje	\$336.000	3	\$112.000
Instalaciones en general	\$3.700.000	10	\$370.000
Equipos de aire	\$960.000	10	\$96.000
Sistemas computacionales	\$1.350.000	6	\$225.000
Equipo de audio y video	\$1.380.000	6	\$230.000
TOTAL INVERSIÓN	\$39.850.960		\$4.153.138

Fuente: Elaboración propia.

6.8 Tasa de descuento (K_e)

Para estimar la tasa de descuento en el escenario de financiamiento 100% con aporte propio, se utiliza el Costo del Capital Propio (K_e), el cual se calcula mediante el modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model):

$$K_e = R_f + \beta(E(R_m) - R_f)$$

Donde:

- **R_f** : Tasa libre de riesgo
- **β** : Beta apalancado de una empresa
- **$E(R_m)$** : Rentabilidad esperada del mercado

Los valores utilizados fueron los siguientes:

- **Tasa libre de riesgo (R_f)**: 5,73%, correspondiente al rendimiento de los bonos del gobierno de Chile a 10 años (Banco Central de Chile, 2 de mayo de 2025).
- **Beta apalancado (β)**: 0,84, obtenido de Starbucks Corporation según GuruFocus (27 de mayo de 2025).
- **Rentabilidad esperada del mercado ($E(R_m)$)**: Se estimo un 10%, en base al rendimiento histórico del IPSA (fuentes: BICE Inversiones, Santander Asset Management).

Sustituyendo:

$$K_e = 5,73\% + 0,84 \cdot (10\% - 5,73\%) = 9,32\%$$

Este valor representa la tasa de descuento para evaluar el proyecto cuando se financia completamente con capital propio.

6.9 Flujo de caja proyecto puro

El flujo de caja proyecto puro considera un financiamiento 100% de capital propio aportado por Starbucks Coffee Chile S.A.

El precio de venta se estimó en \$5.000, ya que corresponde tanto al promedio del valor de un café en Starbucks como al gasto promedio por visita declarado en la encuesta. En cuanto a la cantidad de unidades vendidas anualmente, se proyectaron cuatro escenarios: pesimista (28.584), conservador (42.876), moderado (57.168) y optimista (71.460), según lo presentado en el punto 3.5.3 del capítulo tres.

La proyección de ingresos contempla un crecimiento anual del 1% en la demanda, acorde al crecimiento poblacional de San Felipe, y una inflación promedio del 3% anual, medida a través del Índice de Precios al Consumidor (IPC). En 2024, la inflación promedio en Chile fue de 3,9%, y se proyecta que se estabilice en torno al 3% anual en los próximos años. Este indicador afecta directamente a los costos fijos (remuneración, marketing, arriendo, luz, agua e internet), costos variables (materia prima e insumos) y al precio de venta.

Para efectos del análisis financiero, se consideró una tasa de impuesto a las utilidades (IDPC) de 27%, vigente para el año 2025 según el Servicio de Impuestos Internos (SII). La tasa de descuento utilizada para evaluar la rentabilidad del proyecto corresponde al K_e , calculado anteriormente en 9,32%.

Como complemento al análisis, se elaboraron cuatro flujos de caja correspondientes a los escenarios pesimista, conservador, moderado y optimista, lo que permite evaluar el comportamiento del negocio bajo distintos niveles de ingresos y demanda proyectada.

Tabla 6.13 “Flujo de caja proyecto puro escenario pesimista”

	Precio	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
	Cantidad	28.584	28.870	29.159	29.450	29.745
Ítem / Año	año 0	año 1	año2	año 3	año 4	año 5
Ingreso		\$ 142.920.000	\$ 148.679.676	\$ 154.671.467	\$ 160.904.727	\$ 167.389.188
<i>Costos variables</i>						
Materia prima		\$ -42.876.000	\$ -44.603.903	\$ -46.401.440	\$ -48.271.418	\$ -50.216.756
Insumos		\$ -14.292.000	\$ -14.867.968	\$ -15.467.147	\$ -16.090.473	\$ -16.738.919
<i>Costos fijos</i>						
Remuneración		\$ -99.084.000	\$ -102.056.520	\$ -105.118.216	\$ -108.271.762	\$ -111.519.915
Marketing		\$ -6.000.000	\$ -6.180.000	\$ -6.365.400	\$ -6.556.362	\$ -6.753.053
Arriendo		\$ -17.351.964	\$ -17.872.523	\$ -18.408.699	\$ -18.960.960	\$ -19.529.788
Luz		\$ -7.770.000	\$ -8.003.100	\$ -8.243.193	\$ -8.490.489	\$ -8.745.203
Agua		\$ -747.000	\$ -769.410	\$ -792.492	\$ -816.267	\$ -840.755
Internet		\$ -288.000	\$ -296.640	\$ -305.539	\$ -314.705	\$ -324.147
Patente comercial		\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000
Derechos de aseo comercial		\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902
Permiso de publicidad		\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951
Costos variables + Costos fijos		\$ -188.757.817	\$ -194.998.916	\$ -201.450.978	\$ -208.121.289	\$ -215.017.389
Depreciación		\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138
Utilidad antes de impuesto		\$ -49.990.955	\$ -50.472.379	\$ -50.932.650	\$ -51.369.700	\$ -51.781.340
Impuesto		\$ 13.497.558	\$ 13.627.542	\$ 13.751.815	\$ 13.869.819	\$ 13.980.962
Utilidad después de impuesto		\$ -36.493.397	\$ -36.844.836	\$ -37.180.834	\$ -37.499.881	\$ -37.800.378
Depreciación		\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138
Recuperación capital de trabajo						\$ 22.861.682
Costo act. Nuevos	\$ -40.704.950					
Capital de trabajo	\$ -22.861.682					
Gastos permisos	\$ -60.000					
Flujo de caja	\$ -63.626.632	\$ -32.340.259	\$ -32.691.698	\$ -33.027.696	\$ -33.346.743	\$ -10.785.558

Fuente: Elaboración propia.

VAN = \$-176.109.566

TIR = Incalculable

PRI = Incalculable

Tabla 6.13 “Flujo de caja proyecto puro escenario conservador”

	Precio	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
	Cantidad	42.876	43.305	43.738	44.175	44.617
Ítem / Año	año 0	año 1	año2	año 3	año 4	año 5
Ingreso		\$ 214.380.000	\$ 223.019.514	\$ 232.007.200	\$ 241.357.091	\$ 251.083.781
<i>Costos variables</i>						
Materia prima		\$ -64.314.000	\$ -66.905.854	\$ -69.602.160	\$ -72.407.127	\$ -75.325.134
Insumos		\$ -21.438.000	\$ -22.301.951	\$ -23.200.720	\$ -24.135.709	\$ -25.108.378
<i>Costos fijos</i>						
Remuneración		\$ -99.084.000	\$ -102.056.520	\$ -105.118.216	\$ -108.271.762	\$ -111.519.915
Marketing		\$ -6.000.000	\$ -6.180.000	\$ -6.365.400	\$ -6.556.362	\$ -6.753.053
Arriendo		\$ -17.351.964	\$ -17.872.523	\$ -18.408.699	\$ -18.960.960	\$ -19.529.788
Luz		\$ -7.770.000	\$ -8.003.100	\$ -8.243.193	\$ -8.490.489	\$ -8.745.203
Agua		\$ -747.000	\$ -769.410	\$ -792.492	\$ -816.267	\$ -840.755
Internet		\$ -288.000	\$ -296.640	\$ -305.539	\$ -314.705	\$ -324.147
Patente comercial		\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000
Derechos de aseo comercial		\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902
Permiso de publicidad		\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951
Costos variables + Costos fijos		\$ -217.341.817	\$ -224.734.852	\$ -232.385.272	\$ -240.302.234	\$ -248.495.227
Depreciación		\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138
Utilidad antes de impuesto		\$ -7.114.955	\$ -5.868.476	\$ -4.531.210	\$ -3.098.282	\$ -1.564.584
Impuesto		\$ 1.921.038	\$ 1.584.489	\$ 1.223.427	\$ 836.536	\$ 422.438
Utilidad después de impuesto		\$ -5.193.917	\$ -4.283.987	\$ -3.307.783	\$ -2.261.746	\$ -1.142.146
Depreciación		\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138
Recuperación capital de trabajo						\$ 22.861.682
Costo act. Nuevos	\$ -40.704.950					
Capital de trabajo	\$ -22.861.682					
Gastos permisos	\$ -60.000					
Flujo de caja	\$ -63.626.632	\$ -1.040.779	\$ -130.849	\$ 845.355	\$ 1.891.393	\$ 25.872.674

Fuente: Elaboración propia.

VAN = \$-46.143.432

TIR = -15%

PRI = 6 años y 4 meses

Tabla 6.14 “Flujo de caja proyecto puro escenario moderado”

	Precio	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
	Cantidad	57.168	57.740	58.317	58.900	59.489
Ítem / Año	año 0	año 1	año2	año 3	año 4	año 5
Ingreso	\$ 285.840.000	\$ 297.359.352	\$ 309.342.934	\$ 321.809.454	\$ 334.778.375	
<i>Costos variables</i>						
Materia prima	\$ -85.752.000	\$ -89.207.806	\$ -92.802.880	\$ -96.542.836	\$ -100.433.513	
Insumos	\$ -28.584.000	\$ -29.735.935	\$ -30.934.293	\$ -32.180.945	\$ -33.477.838	
<i>Costos fijos</i>						
Remuneración	\$ -99.084.000	\$ -102.056.520	\$ -105.118.216	\$ -108.271.762	\$ -111.519.915	
Marketing	\$ -6.000.000	\$ -6.180.000	\$ -6.365.400	\$ -6.556.362	\$ -6.753.053	
Arriendo	\$ -17.351.964	\$ -17.872.523	\$ -18.408.699	\$ -18.960.960	\$ -19.529.788	
Luz	\$ -7.770.000	\$ -8.003.100	\$ -8.243.193	\$ -8.490.489	\$ -8.745.203	
Agua	\$ -747.000	\$ -769.410	\$ -792.492	\$ -816.267	\$ -840.755	
Internet	\$ -288.000	\$ -296.640	\$ -305.539	\$ -314.705	\$ -324.147	
Patente comercial	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	
Derechos de aseo comercial	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	
Permiso de publicidad	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	
Costos variables + Costos fijos	\$ -245.925.817	\$ -254.470.787	\$ -263.319.565	\$ -272.483.180	\$ -281.973.064	
Depreciación	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	
Utilidad antes de impuesto	\$ 35.761.045	\$ 38.735.427	\$ 41.870.230	\$ 45.173.136	\$ 48.652.172	
Impuesto	\$ -9.655.482	\$ -10.458.565	\$ -11.304.962	\$ -12.196.747	\$ -13.136.087	
Utilidad después de impuesto	\$ 26.105.563	\$ 28.276.862	\$ 30.565.268	\$ 32.976.389	\$ 35.516.086	
Depreciación	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	
Recuperación capital de trabajo						\$ 22.861.682
Costo act. Nuevos	\$ -40.704.950					
Capital de trabajo	\$ -22.861.682					
Gastos permisos	\$ -60.000					
Flujo de caja	\$ -63.626.632	\$ 30.258.701	\$ 32.430.000	\$ 34.718.406	\$ 37.129.528	\$ 62.530.906

Fuente: Elaboración propia.

VAN = \$83.822.702

TIR = 47%

PRI = 2 año

Tabla 6.15 “Flujo de caja proyecto puro escenario optimista”

	Precio	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
	Cantidad	71.460	72.175	72.896	73.625	74.362
Ítem / Año	año 0	año 1	año2	año 3	año 4	año 5
Ingreso		\$ 357.300.000	\$ 371.699.190	\$ 386.678.667	\$ 402.261.818	\$ 418.472.969
<i>Costos variables</i>						
Materia prima		\$ -107.190.000	\$ -111.509.757	\$ -116.003.600	\$ -120.678.545	\$ -125.541.891
Insumos		\$ -35.730.000	\$ -37.169.919	\$ -38.667.867	\$ -40.226.182	\$ -41.847.297
<i>Costos fijos</i>						
Remuneración		\$ -99.084.000	\$ -102.056.520	\$ -105.118.216	\$ -108.271.762	\$ -111.519.915
Marketing		\$ -6.000.000	\$ -6.180.000	\$ -6.365.400	\$ -6.556.362	\$ -6.753.053
Arriendo		\$ -17.351.964	\$ -17.872.523	\$ -18.408.699	\$ -18.960.960	\$ -19.529.788
Luz		\$ -7.770.000	\$ -8.003.100	\$ -8.243.193	\$ -8.490.489	\$ -8.745.203
Agua		\$ -747.000	\$ -769.410	\$ -792.492	\$ -816.267	\$ -840.755
Internet		\$ -288.000	\$ -296.640	\$ -305.539	\$ -314.705	\$ -324.147
Patente comercial		\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000
Derechos de aseo comercial		\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902
Permiso de publicidad		\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951
Costos variables + Costos fijos		\$ -274.509.817	\$ -284.206.722	\$ -294.253.859	\$ -304.664.125	\$ -315.450.902
Depreciación		\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138
Utilidad antes de impuesto		\$ 78.637.045	\$ 83.339.330	\$ 88.271.670	\$ 93.444.554	\$ 98.868.929
Impuesto		\$ -21.232.002	\$ -22.501.619	\$ -23.833.351	\$ -25.230.030	\$ -26.694.611
Utilidad después de impuesto		\$ 57.405.043	\$ 60.837.711	\$ 64.438.319	\$ 68.214.525	\$ 72.174.318
Depreciación		\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138
Recuperación capital de trabajo						\$ 22.861.682
Costo act. Nuevos	\$ -40.704.950					
Capital de trabajo	\$ -22.861.682					
Gastos permisos	\$ -60.000					
Flujo de caja	\$ -63.626.632	\$ 61.558.181	\$ 64.990.849	\$ 68.591.458	\$ 72.367.663	\$ 99.189.138

Fuente: Elaboración propia.

VAN = \$213.788.836

TIR = 99%

PRI = 1 año

6.10 Inversión

Del total de la inversión requerida para la implementación de la tienda Starbucks en San Felipe, equivalente a \$63.626.632, se contempla un financiamiento mixto. El 30 % del capital, correspondiente a \$19.087.989, será aportado por Starbucks Coffee Chile S.A., sociedad anónima cerrada controlada por Alsea S.A.B. de C.V. El 70 % restante, equivalente a \$44.538.642, será financiado mediante un crédito bancario con un plazo de 5 años.

6.11 Financiamiento

Para efectos del análisis financiero del proyecto, se considera como referencia para el costo del financiamiento la Tasa de Interés Corriente publicada por la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), la cual refleja el promedio ponderado de las tasas aplicadas por las instituciones financieras en el mercado chileno.

En específico, se utiliza la tasa correspondiente a operaciones no reajustables en moneda nacional, a 90 días o más, para montos superiores al equivalente de 200 UF e inferiores o iguales a 5.000 UF, vigente en el mes de mayo de 2025, la cual es de 17,20% anual.

El crédito fue modelado bajo el sistema de amortización Francés, con una cuota anual fija de \$13.985.220 durante 5 años, calculada sobre un préstamo de \$44.438.642 a una tasa de interés del 17,20 % anual. La tabla de amortización incluye los intereses anuales, la amortización del capital y la deuda pendiente, mostrando una disminución progresiva del saldo hasta su pago total. Las pequeñas diferencias observadas en los intereses anuales se deben a aproximaciones por redondeo.

Tabla 6.16 “Cuadro del sistema francés de amortización”

Tasa	17,20%	Cuota \$ 13.985.220		
Periodo	5			
Prestamo	44.538.642			
Pago	Intereses	Amortización	Deuda pendiente	
			\$	44.538.642
\$ 13.985.220	\$ 7.660.646	\$ 6.324.573	\$	38.214.069
\$ 13.985.220	\$ 6.572.820	\$ 7.412.400	\$	30.801.669
\$ 13.985.220	\$ 5.297.887	\$ 8.687.333	\$	22.114.336
\$ 13.985.220	\$ 3.803.666	\$ 10.181.554	\$	11.932.781
\$ 13.985.220	\$ 2.052.438	\$ 11.932.781	\$	-

Fuente: Elaboración propia.

6.12 Tasa de descuento (WACC)

Cuando el proyecto se financia mediante una estructura mixta (30% capital propio y 70% deuda bancaria), la tasa de descuento se calcula mediante el Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC):

$$WACC = (\%E * Ke) + (\%D * Kd * (1 - T))$$

Los valores utilizados fueron los siguientes:

- **Patrimonio Neto (%E):** 30%
- **Costos del capital propio (Ke):** 7,06%, calculado mediante el método CAPM, en el cual se utilizó el beta desapalancado (0,331) representando de forma más precisa la volatilidad inherente al negocio en sí, sin el componente adicional de riesgo financiero derivado del apalancamiento, con el fin de una estimación más realista.
- **Préstamo Bancario (%D):** 70%
- **Costo de la deuda (Kd):** 17,20%, correspondiente a la Tasa de Interés Corriente para créditos cuyo monto sea superior a 200 UF e inferior o igual a 5.000 UF, vigente desde el 01 de mayo de 2025, según lo publicado por la Comisión para el Mercado Financiero.
- **Tasa de impuesto a las utilidades (T):** 27%, correspondiente a la Tasa de Impuesto de Primera Categoría (IDPC) para 2025, según lo publicado por el SII.

Sustituyendo:

$$WACC = (30\% * 7,06\%) + (70\% * 17,2\% * (1 - 27\%)) = 10,91\%$$

Este valor representa la tasa de descuento para evaluar el proyecto cuando se financia mediante una estructura mixta.

6.13 Flujo de caja proyecto financiado

El flujo de caja considera un financiamiento mixto, con un 30 % de capital propio aportado por Starbucks Coffee Chile S.A. y un 70 % financiado mediante un crédito bancario a 5 años, con una tasa de interés anual del 17,20 %.

El precio de venta se estimó en \$5.000, ya que corresponde tanto al promedio del valor de un café en Starbucks como al gasto promedio por visita declarado en la encuesta. En cuanto a la cantidad de unidades vendidas anualmente, se proyectaron tres escenarios: pesimista (28.584), conservador (42.876), moderado (57.168) y optimista (71.460), según lo presentado en el punto 3.5.3 del capítulo tres.

La proyección de ingresos contempla un crecimiento anual del 1% en la demanda, acorde al crecimiento poblacional de San Felipe, y una inflación promedio del 3% anual, medida a través del Índice de Precios al Consumidor (IPC). En 2024, la inflación promedio en Chile fue de 3,9%, y se proyecta que se estabilice en torno al 3% anual en los próximos años. Este indicador afecta directamente a los costos fijos (remuneración, marketing, arriendo, luz, agua e internet), costos variables (materia prima e insumos) y al precio de venta.

Para efectos del análisis financiero, se consideró una tasa de impuesto a las utilidades (IDPC) de 27 %, vigente para el año 2025 según el Servicio de Impuestos Internos (SII). La tasa de descuento utilizada para evaluar la rentabilidad del proyecto corresponde al WACC, calculado anteriormente en 10,91 %.

Como complemento al análisis, se elaboraron cuatro flujos de caja correspondientes a los escenarios pesimista, conservador, moderado y optimista, lo que permite evaluar el comportamiento del negocio bajo distintos niveles de ingresos y demanda proyectada.

Tabla 6.17 “Flujo de caja proyecto con financiamiento escenario pesimista”

Precio		\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
Cantidad		28.584	28.870	29.159	29.450	29.745
Ítem / Año	año 0	año 1	año2	año 3	año 4	año 5
Ingreso		\$ 142.920.000	\$ 148.679.676	\$ 154.671.467	\$ 160.904.727	\$ 167.389.188
<i>Costos variables</i>						
Materia prima		\$ -42.876.000	\$ -44.603.903	\$ -46.401.440	\$ -48.271.418	\$ -50.216.756
Insumos		\$ -14.292.000	\$ -14.867.968	\$ -15.467.147	\$ -16.090.473	\$ -16.738.919
<i>Costos fijos</i>						
Remuneración		\$ -99.084.000	\$ -102.056.520	\$ -105.118.216	\$ -108.271.762	\$ -111.519.915
Marketing		\$ -6.000.000	\$ -6.180.000	\$ -6.365.400	\$ -6.556.362	\$ -6.753.053
Arriendo		\$ -17.351.964	\$ -17.872.523	\$ -18.408.699	\$ -18.960.960	\$ -19.529.788
Luz		\$ -7.770.000	\$ -8.003.100	\$ -8.243.193	\$ -8.490.489	\$ -8.745.203
Agua		\$ -747.000	\$ -769.410	\$ -792.492	\$ -816.267	\$ -840.755
Internet		\$ -288.000	\$ -296.640	\$ -305.539	\$ -314.705	\$ -324.147
Patente comercial		\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000
Derechos de aseo comercial		\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902
Permiso de publicidad		\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951
Costos variables + Costos fijos		\$-188.757.817	\$ -194.998.916	\$ -201.450.978	\$ -208.121.289	\$ -215.017.389
Intereses		\$ -7.660.646	\$ -6.572.820	\$ -5.297.887	\$ -3.803.666	\$ -2.052.438
depreciación		\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138
Utilidad antes de impuesto		\$ -57.651.602	\$ -57.045.199	\$ -56.230.537	\$ -55.173.366	\$ -53.833.779
Impuesto		\$ 15.565.932	\$ 15.402.204	\$ 15.182.245	\$ 14.896.809	\$ 14.535.120
Utilidad después de impuesto		\$ -42.085.669	\$ -41.642.995	\$ -41.048.292	\$ -40.276.557	\$ -39.298.658
Intereses		\$ 7.660.646	\$ 6.572.820	\$ 5.297.887	\$ 3.803.666	\$ 2.052.438
Cuota		\$ -13.985.220	\$ -13.985.220	\$ -13.985.220	\$ -13.985.220	\$ -13.985.220
Depreciación		\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138
Recuperación capital de trabajo						\$ 22.861.682
Costo act. Nuevos	\$ -40.704.950					
Capital de trabajo	\$ -22.861.682					
Gastos permisos	\$ -60.000					
Prestamo	\$ 44.538.642					
Flujo de caja	\$ -19.087.989	\$ -44.257.104	\$ -44.902.257	\$ -45.582.486	\$ -46.304.973	\$ -24.216.620

Fuente: Elaboración propia.

VAN = \$-173.950.435

TIR = Incalculable

PRI = Incalculable

Tabla 6.18 “Flujo de caja proyecto con financiamiento escenario conservador”

	Precio	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
	Cantidad	42.876	43.305	43.738	44.175	44.617
Ítem / Año	año 0	año 1	año2	año 3	año 4	año 5
Ingreso		\$ 214.380.000	\$ 223.019.514	\$ 232.007.200	\$ 241.357.091	\$ 251.083.781
<i>Costos variables</i>						
Materia prima		\$ -64.314.000	\$ -66.905.854	\$ -69.602.160	\$ -72.407.127	\$ -75.325.134
Insumos		\$ -21.438.000	\$ -22.301.951	\$ -23.200.720	\$ -24.135.709	\$ -25.108.378
<i>Costos fijos</i>						
Remuneración		\$ -99.084.000	\$ -102.056.520	\$ -105.118.216	\$ -108.271.762	\$ -111.519.915
Marketing		\$ -6.000.000	\$ -6.180.000	\$ -6.365.400	\$ -6.556.362	\$ -6.753.053
Arriendo		\$ -17.351.964	\$ -17.872.523	\$ -18.408.699	\$ -18.960.960	\$ -19.529.788
Luz		\$ -7.770.000	\$ -8.003.100	\$ -8.243.193	\$ -8.490.489	\$ -8.745.203
Agua		\$ -747.000	\$ -769.410	\$ -792.492	\$ -816.267	\$ -840.755
Internet		\$ -288.000	\$ -296.640	\$ -305.539	\$ -314.705	\$ -324.147
Patente comercial		\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000	\$ -250.000
Derechos de aseo comercial		\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902	\$ -65.902
Permiso de publicidad		\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951	\$ -32.951
Costos variables + Costos fijos		\$-217.341.817	\$-224.734.852	\$-232.385.272	\$-240.302.234	\$-248.495.227
Intereses		\$ -7.660.646	\$ -6.572.820	\$ -5.297.887	\$ -3.803.666	\$ -2.052.438
depreciación		\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138	\$ -4.153.138
Utilidad antes de impuesto		\$ -14.775.602	\$ -12.441.296	\$ -9.829.097	\$ -6.901.948	\$ -3.617.022
Impuesto		\$ 3.989.412	\$ 3.359.150	\$ 2.653.856	\$ 1.863.526	\$ 976.596
Utilidad después de impuesto		\$ -10.786.189	\$ -9.082.146	\$ -7.175.241	\$ -5.038.422	\$ -2.640.426
Intereses		\$ 7.660.646	\$ 6.572.820	\$ 5.297.887	\$ 3.803.666	\$ 2.052.438
Cuota		\$ -13.985.220	\$ -13.985.220	\$ -13.985.220	\$ -13.985.220	\$ -13.985.220
Depreciación		\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138	\$ 4.153.138
Recuperación capital de trabajo						\$ 22.861.682
Costo act. Nuevos	\$ -40.704.950					
Capital de trabajo	\$ -22.861.682					
Gastos permisos	\$ -60.000					
Prestamo	\$ 44.538.642					
Flujo de caja	\$ -19.087.989	\$ -12.957.624	\$ -12.341.408	\$ -11.709.435	\$ -11.066.838	\$ 12.441.612

Fuente: Elaboración propia.

VAN = \$-49.288.468

TIR = -48%

PRI = 9 años y 4 meses

Tabla 6.18 “Flujo de caja proyecto con financiamiento escenario moderado”

Precio		\$	5.000	\$	5.150	\$	5.305	\$	5.464	\$	5.628		
Cantidad			57.168		57.740		58.317		58.900		59.489		
Ítem / Año	año 0	año 1	año2	año 3	año 4	año 5							
Ingreso		\$	285.840.000	\$	297.359.352	\$	309.342.934	\$	321.809.454	\$	334.778.375		
Costos variables													
Materia prima		\$	-85.752.000	\$	-89.207.806	\$	-92.802.880	\$	-96.542.836	\$	-100.433.513		
Insumos		\$	-28.584.000	\$	-29.735.935	\$	-30.934.293	\$	-32.180.945	\$	-33.477.838		
Costos fijos													
Remuneración		\$	-99.084.000	\$	-102.056.520	\$	-105.118.216	\$	-108.271.762	\$	-111.519.915		
Marketing		\$	-6.000.000	\$	-6.180.000	\$	-6.365.400	\$	-6.556.362	\$	-6.753.053		
Arriendo		\$	-17.351.964	\$	-17.872.523	\$	-18.408.699	\$	-18.960.960	\$	-19.529.788		
Luz		\$	-7.770.000	\$	-8.003.100	\$	-8.243.193	\$	-8.490.489	\$	-8.745.203		
Agua		\$	-747.000	\$	-769.410	\$	-792.492	\$	-816.267	\$	-840.755		
Internet		\$	-288.000	\$	-296.640	\$	-305.539	\$	-314.705	\$	-324.147		
Patente comercial		\$	-250.000	\$	-250.000	\$	-250.000	\$	-250.000	\$	-250.000		
Derechos de aseo comercial		\$	-65.902	\$	-65.902	\$	-65.902	\$	-65.902	\$	-65.902		
Permiso de publicidad		\$	-32.951	\$	-32.951	\$	-32.951	\$	-32.951	\$	-32.951		
Costos variables + Costos fijos		\$	-245.925.817	\$	-254.470.787	\$	-263.319.565	\$	-272.483.180	\$	-281.973.064		
Intereses		\$	-7.660.646	\$	-6.572.820	\$	-5.297.887	\$	-3.803.666	\$	-2.052.438		
depreciación		\$	-4.153.138	\$	-4.153.138	\$	-4.153.138	\$	-4.153.138	\$	-4.153.138		
Utilidad antes de impuesto		\$	28.100.398	\$	32.162.607	\$	36.572.343	\$	41.369.470	\$	46.599.734		
Impuesto		\$	-7.587.108	\$	-8.683.904	\$	-9.874.533	\$	-11.169.757	\$	-12.581.928		
Utilidad después de impuesto		\$	20.513.291	\$	23.478.703	\$	26.697.811	\$	30.199.713	\$	34.017.806		
Intereses		\$	7.660.646	\$	6.572.820	\$	5.297.887	\$	3.803.666	\$	2.052.438		
Cuota		\$	-13.985.220	\$	-13.985.220	\$	-13.985.220	\$	-13.985.220	\$	-13.985.220		
Depreciación		\$	4.153.138	\$	4.153.138	\$	4.153.138	\$	4.153.138	\$	4.153.138		
Recuperación capital de trabajo										\$	22.861.682		
Costo act. Nuevos		\$	-40.704.950										
Capital de trabajo		\$	-22.861.682										
Gastos permisos		\$	-60.000										
Prestamo		\$	44.538.642										
Flujo de caja		\$	-19.087.989	\$	18.341.856	\$	20.219.441	\$	22.163.616	\$	24.171.298	\$	49.099.844

Fuente: Elaboración propia.

VAN = \$75.373.499

TIR = 105%

PRI = 1 año

Tabla 6.19 “Flujo de caja proyecto con financiamiento escenario optimista”

Precio		\$	5.000	\$	5.150	\$	5.305	\$	5.464	\$	5.628		
Cantidad			71.460		72.175		72.896		73.625		74.362		
Ítem / Año	año 0	año 1	año2	año 3	año 4	año 5							
Ingreso		\$	357.300.000	\$	371.699.190	\$	386.678.667	\$	402.261.818	\$	418.472.969		
Costos variables													
Materia prima		\$	-107.190.000	\$	-111.509.757	\$	-116.003.600	\$	-120.678.545	\$	-125.541.891		
Insumos		\$	-35.730.000	\$	-37.169.919	\$	-38.667.867	\$	-40.226.182	\$	-41.847.297		
Costos fijos													
Remuneración		\$	-99.084.000	\$	-102.056.520	\$	-105.118.216	\$	-108.271.762	\$	-111.519.915		
Marketing		\$	-6.000.000	\$	-6.180.000	\$	-6.365.400	\$	-6.556.362	\$	-6.753.053		
Arriendo		\$	-17.351.964	\$	-17.872.523	\$	-18.408.699	\$	-18.960.960	\$	-19.529.788		
Luz		\$	-7.770.000	\$	-8.003.100	\$	-8.243.193	\$	-8.490.489	\$	-8.745.203		
Agua		\$	-747.000	\$	-769.410	\$	-792.492	\$	-816.267	\$	-840.755		
Internet		\$	-288.000	\$	-296.640	\$	-305.539	\$	-314.705	\$	-324.147		
Patente comercial		\$	-250.000	\$	-250.000	\$	-250.000	\$	-250.000	\$	-250.000		
Derechos de aseo comercial		\$	-65.902	\$	-65.902	\$	-65.902	\$	-65.902	\$	-65.902		
Permiso de publicidad		\$	-32.951	\$	-32.951	\$	-32.951	\$	-32.951	\$	-32.951		
Costos variables + Costos fijos		\$	-274.509.817	\$	-284.206.722	\$	-294.253.859	\$	-304.664.125	\$	-315.450.902		
Intereses		\$	-7.660.646	\$	-6.572.820	\$	-5.297.887	\$	-3.803.666	\$	-2.052.438		
depreciación		\$	-4.153.138	\$	-4.153.138	\$	-4.153.138	\$	-4.153.138	\$	-4.153.138		
Utilidad antes de impuesto		\$	70.976.398	\$	76.766.510	\$	82.973.783	\$	89.640.889	\$	96.816.490		
Impuesto		\$	-19.163.628	\$	-20.726.958	\$	-22.402.921	\$	-24.203.040	\$	-26.140.452		
Utilidad después de impuesto		\$	51.812.771	\$	56.039.552	\$	60.570.862	\$	65.437.849	\$	70.676.038		
Intereses		\$	7.660.646	\$	6.572.820	\$	5.297.887	\$	3.803.666	\$	2.052.438		
Cuota		\$	-13.985.220	\$	-13.985.220	\$	-13.985.220	\$	-13.985.220	\$	-13.985.220		
Depreciación		\$	4.153.138	\$	4.153.138	\$	4.153.138	\$	4.153.138	\$	4.153.138		
Recuperación capital de trabajo										\$	22.861.682		
Costo act. Nuevos		\$	-40.704.950										
Capital de trabajo		\$	-22.861.682										
Gastos permisos		\$	-60.000										
Prestamo		\$	44.538.642										
Flujo de caja		\$	-19.087.989	\$	49.641.336	\$	52.780.291	\$	56.036.667	\$	59.409.433	\$	85.758.076

Fuente: Elaboración propia.

VAN = \$200.035.466

TIR = 266%

PRI = 4 meses

6.14 Análisis de sensibilidad

Con el objetivo de evaluar la viabilidad del proyecto ante distintos niveles de ingresos, se realizó un análisis de sensibilidad considerando los cuatro escenarios: pesimista, conservador, moderado y optimista. Estos escenarios se construyeron en base a diferentes proyecciones de demanda, las cuales impactan directamente en los ingresos por ventas. El análisis permite observar cómo varían los principales indicadores financieros del proyecto ante cambios en los niveles de ingresos los cuales son el VAN (valor actual neto), TIR (tasa Interna de Retorno) y PRI (período de recuperación de la inversión).

Tabla 6.20 “Indicadores financieros según escenario puro”

Escenario	Cantidad diaria proyectada	Cantidad anual proyectada	VAN (\$)	TIR (%)	PRI
Pesimista	79	28.584	-\$176.109.566	-	-
Conservador	119	42.876	-\$46.143.432	-15%	6 año y 4 meses
Moderado	159	57.168	\$83.822.702	47%	2 año
Optimista	199	71.460	\$213.788.836	99%	1 año

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6.21 “Indicadores financieros según escenario puro financiado”

Escenario	Cantidad diaria proyectada	Cantidad anual proyectada	VAN (\$)	TIR (%)	PRI
Pesimista	79	28.584	-\$173.950.435	-	-
Conservador	119	42.876	-\$49.288.468	-48%	9 años y 4 meses
Moderado	159	57.168	\$75.373.499	105%	1 año
Optimista	199	71.460	\$200.035.466	266%	4 meses

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6.22 “Punto de equilibrio para cada proyecto”

Proyecto	Cantidad diaria proyectada	Cantidad anual proyectada	VAN (\$)	TIR (%)	PRI
Puro	133	47.951	\$6.731	9,3%	4 año y 4 meses
Financiado	134	48.237	\$3.494	10,9%	4 año y 6 meses

Fuente: Elaboración propia.

El análisis de sensibilidad muestra que el proyecto no es viable en escenarios pesimista y conservador, pero alcanza resultados positivos en los escenarios moderado y optimista, con VAN favorable, TIR superior a la tasa de descuento y rápida recuperación de la inversión. El punto de equilibrio se estima en torno a 134 ventas diarias, lo que constituye el umbral mínimo para asegurar la sostenibilidad del negocio.

7 CAPITULO VII. CONCLUSIÓN

El presente estudio de prefactibilidad técnica y económica tuvo como propósito evaluar en detalle la viabilidad de instalar una tienda Starbucks en la ciudad de San Felipe, en la Región de Valparaíso. A lo largo del trabajo se abordaron múltiples dimensiones que permiten determinar, de manera fundamentada, si este proyecto representa una oportunidad factible y rentable para ser ejecutado.

En primera instancia, el análisis de mercado permitió conocer las condiciones actuales de la oferta y demanda en el sector de cafeterías en la comuna. Se detectó un entorno favorable para la entrada de una marca internacional como Starbucks, dado que actualmente el mercado está compuesto mayoritariamente por cafeterías locales, sin presencia de cadenas del segmento premium. A través de un estudio de mercado mixto en el cual se utilizaron fuentes secundarias y una encuesta aplicada a 96 personas se identificó un alto nivel de conocimiento de marca (97,9%), una experiencia previa con Starbucks en un 87,5% de los encuestados, una disposición muy positiva hacia su instalación en la ciudad con un 87,5% de aceptación y un 82,3% con una media a alta disposición de visitar una tienda Starbucks en la zona. Además, el gasto promedio y la frecuencia de consumo demostraron que el perfil del consumidor en San Felipe es compatible con la propuesta de valor de Starbucks, lo cual refuerza la viabilidad comercial del proyecto.

Desde el punto de vista técnico, se seleccionó una ubicación estratégica en Av. Libertador Bernardo O'Higgins N° 54, sector caracterizado por un alto flujo peatonal y vehicular, que cuenta con una cercanía a polos comerciales (Tottus, Falabella, Líder, KFC) y educacionales (AIEP San Felipe), lo que garantiza una alta visibilidad y potencial de captación de clientes.

Se diseñó el layout del local considerando un aforo de 33 personas, y se definió la estructura operativa, incluyendo la dotación de personal, turnos, horario de atención, equipamiento necesario y capacidad productiva. La capacidad de producción estimada alcanza aproximadamente 3.740 bebidas por semana, lo que permite responder eficientemente a los niveles de demanda proyectados.

En el ámbito legal, se analizaron todos los requisitos normativos necesarios para formalizar la operación, incluyendo la obtención del Certificado de Informaciones Previas, la patente comercial, la autorización sanitaria y el cumplimiento con la normativa laboral y tributaria vigente en Chile. Se concluye que no existen barreras legales significativas que impidan la instalación de una tienda Starbucks en San Felipe, siempre que se cumplan los trámites correspondientes ante los organismos competentes.

El análisis financiero, por su parte, entregó resultados sólidos. Con una inversión inicial estimada de \$63.626.632 y un ticket promedio de \$5.000 por visita, se proyectaron flujos de caja para distintos escenarios de demanda (pesimista, conservador, moderado y optimista), obteniendo en los escenarios moderado y optimista un Valor Actual Neto (VAN) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) superior a la tasa de descuento utilizada. Además, el período de recuperación de la inversión (PRI) se ubica dentro de márgenes razonables para este tipo de negocios. También se consideraron distintos esquemas de financiamiento, así como un análisis de sensibilidad, el cual evidenció que el proyecto sigue siendo rentable incluso ante variaciones en las ventas proyectadas.

Finalmente, se puede afirmar que la instalación de una tienda Starbucks en San Felipe es técnica, legal, comercial y financieramente viable. Este proyecto representa una oportunidad concreta de inversión que puede generar beneficios no solo económicos, sino también sociales, al crear empleos directos e indirectos, dinamizar la economía local y diversificar la oferta de servicios disponibles para la comunidad. La consolidación de Starbucks en una ciudad como San Felipe, sería una señal del desarrollo urbano y comercial que ha venido experimentando la comuna en los últimos años.

En conclusión, los antecedentes recabados en este estudio permiten recomendar de forma positiva la implementación del proyecto. Con una adecuada gestión operativa, financiera y estratégica, Starbucks tiene el potencial de establecerse exitosamente en San Felipe y convertirse en un actor relevante dentro del mercado local de cafeterías.

8 REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

- INE. (Junio de 2019). *ESTIMACIONES Y PROYECCIONES DE LA POBLACIÓN de CHILE 2002-2035 TOTALES REGIONALES, POBLACIÓN URBANA Y RURAL*. Recuperado el 25 de Marzo de 2025, de INE: https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/proyecciones-de-poblacion/publicaciones-y-anuarios/base-2017/ine_estimaciones-y-proyecciones-2002-2035_base-2017_reg_%C3%A1rea_s%C3%ADntesis.pdf?sfvrsn=aaeb88e7_5
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2020). *Gabriel Boric Font*. Recuperado el 25 de Marzo de 2025, de BCN: https://www.bcn.cl/historiapolitica/resenas_biograficas/wiki/Gabriel_Boric_Font
- Banco Central de Chile. (2024). *Cuentas Nacionales Trimestrales*. Recuperado el 25 de Marzo de 2025, de Banco Central de Chile: <https://www.bcentral.cl/areas/estadisticas/cuentas-nacionales-trimestrales#:~:text=Durante%20el%20a%C3%B1o%202024%2C%20la,explic%C3%B3%20por%20un%20mayor%20consumo>.
- Gutiérrez, J. (20 de Marzo de 2025). *Chile reduce su tasa de desempleo en el 2024, de acuerdo a medición del INE*. Recuperado el 25 de Marzo de 2025, de ADN: <https://www.scribbr.es/citar/generador/folders/3cpEBwskfPqi1V3o1yk6sH/lists/T7hwTQxqEkVRvFB9zcseo/>
- Reuters. (24 de Marzo de 2025). *Banco Central de Chile eleva estimación de crecimiento económico*. Recuperado el 25 de Marzo de 2025, de Reuters: [https://www.reuters.com/latam/negocio/67AXITDNN5JTZGLPKQCNMKLH7A-2025-03-24/#:~:text=SANTIAGO%2C%2024%20mar%20\(Reuters\),de%20marzo%20divulgado%20el%20lunes](https://www.reuters.com/latam/negocio/67AXITDNN5JTZGLPKQCNMKLH7A-2025-03-24/#:~:text=SANTIAGO%2C%2024%20mar%20(Reuters),de%20marzo%20divulgado%20el%20lunes).
- Araya, G. (01 de Junio de 2024). *Es verdadero que el índice de pobreza en Chile cayó a un mínimo histórico*. Obtenido de Vergara240: <https://vergara240.udp.cl/cuenta-publica-2024-es-verdadero-que-el-indice-de-pobreza-en-chile-cayo-a-un-minimo-historico/#:~:text=VERIFICA%20UDP->

,Esverdaderoqueel%C3%ADndice depobreza,cay%C3%B3aunm%C3%ADnimohist
%C3%B3rico&text=En%20la%20reciente%20Cuenta%20

Hedgepoint. (26 de Julio de 2023). *Tendencias del consumo de café*. Obtenido de Hedgepoint: <https://hedgepointglobal.com/pt-br/blog/consumo-do-cafe-e-impactos-no-mercado-da-commodity/>

Statista. (22 de Mayo de 2024). *Principales países exportadores de café a nivel mundial en función del valor de las exportaciones en 2023*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/1287900/principales-paises-exportadores-de-cafe-a-nivel-mundial/>

Como me gusta. (9 de Julio de 2022). *Mercado del café: Chile es el tercer país que más lo consume en la región*. Obtenido de Como me gusta: <https://www.comomegusta.cl/mercado-del-cafe-chile-es-el-tercer-pais-que-mas-lo-consume-en-la-region/#:~:text=Entre%20el%202011%20y%20el,detr%C3%A1s%20de%20Brasil%20y%20Colombia.>

Paislobo. (28 de Junio de 2022). *Se espera un crecimiento del 98% para el mercado del café en Chile para el 2024*. Obtenido de Paislobo: <https://www.paislobo.cl/2022/06/es-espera-un-crecimiento-del-98-por-ciento-para-el-mercado-del-cafe-en-chile-para-el-2024.html#:~:text=Entre%20el%202011%20y%20el,detr%C3%A1s%20de%20Brasil%20y%20Colombia.>

Expert Market Research. (s.f.). *Mercado de Café en Chile*. Obtenido de Expert Market Research: <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-cafe-en-chile#:~:text=Panorama%20del%20Mercado%20del%20Caf%C3%A9,60%25%20durante%202025%2D2034.>

Starbucks. (s.f.). *Nuestra misión*. Obtenido de Starbucks: <https://www.starbucks.cl/articulo/nuestra-mision>

Starbucks. (9 de Enero de 2025). *Nuestra misión de Starbucks*. Obtenido de Starbucks: <https://about.starbucks.com/stories/2025/our-starbucks-mission/>

ASIVA. (2021). *CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA DE LA PROVINCIA DE LOS ANDES Y SAN FELIPE*. Obtenido de ASIVA: <https://www.asiva.cl/wp->

content/uploads/2021/01/Caracterizacio%CC%81n-Econo%CC%81mica-de-la-Provincia-de-San-Felipe-y-Los-Andes-2021.pdf

Expo Café Chile. (1 de Febrero de 2024). *Censo Cafetero Chile 2022*. Obtenido de Expo Café Chile: <https://www.expocafechile.cl/resultados-del-2do-censo-cafetero-chile-2022-ya-disponibles-para-la-comunidad-cafetera/>

ANA CAFÉ. (2020). *Mercado Chileno en Café & Presentación Caracterización del Consumidor*. Obtenido de ANA CAFÉ: https://www.anacafe.org/uploads/file/e99898f126714e3c905977267456d1e7/Mercado-Chileno_en-Cafe.pdf

INE. (28 de Marzo de 2025). *INE*. Obtenido de INE: <https://regiones.ine.gob.cl/valparaiso/prensa/regi%C3%B3n-de-valpara%C3%ADso-primeros-resultados-del-censo-2024-1.896.053-personas-fueron-censadas-en-la-regi%C3%B3n-de-valpara%C3%ADso>

eBay. (s.f.). *Starbucks Thermoplan Mastrena CS2 Service and Technical Manuals in PDF (Digital)*. Obtenido de eBay: <https://www.ebay.ca/itm/225824748917?mkevt=1&mkcid=1&mkrid=706-53473-19255-0&campid=5338722076&customid=&toolid=10050&amdata=enc%3AAQAKAAA AoFkkgFvd1GGDu0w3yXCmi1f5jrO44WNMUw9NY8SaEc1v%2BWXSU%2Bx QAHWkPM6E2wlK2IlN7N7LijOV0xUE7diW0aSQKSHV02eJFStvW1fLANJTIm It>

SII. (s.f.). *LEY N° 18.046, SOBRE SOCIEDADES ANONIMAS*. Obtenido de SII: https://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/legislacion/complementaria/ley_18046c.htm

SII. (s.f.). *Inicio de actividades y formalización de un negocio*. Obtenido de SII: <https://www.sii.cl/siieduca/aprende-con-nosotros/inicio-de-actividades-y-formalizacion-de-un-negocio.html>

Starbucks. (s.f.). *Starbucks*. Obtenido de Starbucks: <https://www.starbucks.cl/>

Alsea. (s.f.). *Alsea Informe Anual 2023*. Obtenido de Alsea: <https://www.alsea.net/informe-anual/2023/es/index.html>

INAPI. (s.f.). *Marcas Para Informarse*. Obtenido de [https://www.inapi.cl/marcas/para-informarse#:~:text=Escuchar-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20marca%3F,signos%20auditivos%20\(marcas%20sonoras\).](https://www.inapi.cl/marcas/para-informarse#:~:text=Escuchar-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20marca%3F,signos%20auditivos%20(marcas%20sonoras).)

INAPI. (s.f.). *Marcas Buscadores*. Obtenido de <https://www.inapi.cl/marcas/buscadores>

Municipalidad de San Felipe. (s.f.). Obtenido de <https://munisanfelipe.cl/>

MINVU. (s.f.). *Plan Regulador Comunal*. Obtenido de <https://www.minvu.gob.cl/planificacion-territorial/plan-regulador-comunal/>

DINTA. (s.f.). *Reglamento Sanitario de los Alimentos*. Obtenido de https://dinta.cl/wp-content/uploads/2024/06/DECRETO_977_96_actualizado_-mayo-2024_DINTA.pdf

elciudadano. (s.f.). *1.200 trabajadores de Starbucks Chile inician huelga por mejores sueldos*. Obtenido de <https://www.elciudadano.com/chile/un-cafe-vale-mas-que-su-hora-de-trabajo-1-200-trabajadores-de-starbucks-chile-inician-huelga-por-mejores-sueldos/03/07/>

ECODES. (s.f.). *Guías de bolsillo*. Obtenido de https://ecodes.org/docs/Guías_bolsillo/Bar.pdf

SII. (s.f.). *NUEVA TABLA DE VIDA ÚTIL DE LOS BIENES FÍSICOS DEL ACTIVO INMOVILIZADO*. Obtenido de https://www.sii.cl/pagina/valores/bienes/tabla_vida_enero.htm

Trading Economics. (s.f.). Obtenido de Tasa de rendimiento de bonos del gobierno a 10 años: <https://es.tradingeconomics.com/chile/government-bond-yield>

Gurufocus. (s.f.). Obtenido de SBUX (Starbucks) Beta: <https://www.gurufocus.com/term/beta/SBUX>

Banco Central de Chile. (2 de mayo de 2025). Obtenido de INFORMATIVO DIARIO DE OPERACIONES FINANCIERAS NACIONALES: <https://si3.bcentral.cl/InformativoDiario/Informativo/Home/20250502>

BICE Inversiones. (s.f.). Obtenido de Informe Mensual Estrategia de Inversión: <https://mercadosenlinea.biceinversiones.cl/reportes/informe-mensual-bice.pdf?op=may25>

CMF. (01 de 05 de 2025). Obtenido de <https://tasas.cmfchile.cl/sbifweb/servlet/InfoFinanciera?indice=4.2.1&FECHA=01/05/2025>

SII. (2025). Obtenido de IDPC: https://www.sii.cl/destacados/renta/2025/regimenes_renta2025.html

INE. (s.f.). Obtenido de Resultados CENSO 2017: <http://resultados.censo2017.cl/Region?R=R05>

CIREN. (s.f.). Obtenido de COMUNA SAN FELIPE CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS Y SOCIOECONÓMICAS: https://www.sitrural.cl/wp-content/uploads/2020/07/San_Felipe_Demo_Socioec.pdf

La Tercera. (28 de DICIEMBRE de 2024). Obtenido de La Tercera: <https://www.latercera.com/pulso/noticia/directora-de-starbucks-en-el-cono-sur-chile-es-el-mercado-mas-importante-en-sudamerica/PHF3U2DYKFET5HYFSMAVKC5UIE/>

OIC. (2023). *COFFEE REPORT AND OUTLOOK*. Obtenido de https://icocoffee.org/documents/cy2023-24/Coffee_Report_and_Outlook_December_2023_ICO.pdf

USDA. (2025). Obtenido de Coffee: World Markets and Trade: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/coffee.pdf>

THE CLINIC. (s.f.). Obtenido de Locales de Starbucks: <https://www.theclinic.cl/2025/03/14/el-mapa-de-los-locales-de-starbucks-cerrados-por-huelga-106-de-los-171-cafes-de-la-cadena-no-atenderan-durante-este-fin-de-semana/>

9 ANEXOS

ANEXO A: Encuesta “Estudio de Mercado para la Apertura de Starbucks en San Felipe”

<https://docs.google.com/forms/d/1Xt8XZRkc6jwm8DR16vHMrnSwddF-pjeuuPuDXUu35Kw/edit>

P1 ¿Resides en San Felipe?

Sí

No, pero trabajo/estudio en San Felipe

No, pero visito San Felipe regularmente

Otro:

P2 Edad

Menor de 18 años

18-25 años

26-35 años

36-45 años

Mayor de 45 años

P3 Ocupación

Estudiante

Empleado

Estudiante y Empleado

Empresario

Desempleado

Otro:

P4 ¿Con qué frecuencia consumes café?

Diario

Semanal

Mensual

Rara vez

P5 ¿Dónde sueles comprar café?

Cafeterías locales

Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)

Supermercados

Minimarket

P6 ¿Qué tipo de bebidas prefieres?

Café caliente

Café Helado

Té

Té Helado

Frappuccino

Bebidas a base de leche (ej. lattés, capuchinos)

Otro:

P7 ¿Qué factores son más importantes para ti al elegir una cafetería?

Calidad del café

Precio

Variedad de productos

Ambiente y comodidad

Servicio al cliente

Ubicación

P8 ¿Conoces la marca Starbucks?

Sí

No

P9 ¿Has visitado alguna vez un Starbucks?

Sí

No

P10 ¿Te gustaría que abriera una tienda Starbucks en San Felipe?

Sí

No

P11 ¿Qué tan dispuesto estarías a visitar Starbucks en San Felipe si abriera una tienda?

Nada dispuesto 1 2 3 4 5 Muy dispuesto

P12 ¿Cuánto sueles gastar en promedio en una cafetería por visita?

Menos de \$3.000

\$3.000 - \$7.000

\$7.000 - \$15.000

Más de \$15.000

P13 ¿Cuántas veces al mes visitas cafeterías?

Menos de 1 vez al mes

1-3 veces al mes

4-7 veces al mes

Más de 7 veces al mes

P14 ¿Qué cafeterías frecuentas en San Felipe?

Swett & Coffee

Sempiterno Café

Casa Julieta

Ímpetu Café y Cultura

Otro:

P15 ¿Tienes algún comentario o sugerencia sobre abrir un Starbucks en San Felipe?

¡Cuéntame lo que piensas!

ANEXO B: Respuestas de la encuesta.

Marca temporal	¿Resides en San Felipe?	Edad	Ocupación	¿Con qué frecuencia consumes café?	¿Dónde sueles comprar café?	¿Qué tipo de bebidas prefieres?	¿Qué factores son más importantes para ti al elegir una cafetería?
7-4-2024 16:03:09	Sí	18-25 años	Estudiante y Empleado	Diario	Cafeterías locales	Café Helado, Té, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Ubicación
7-4-2024 16:11:01	No, pero visito San Felipe regularmente	26-35 años	Empresario	Semanal	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Café Helado, Frappuccino	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-4-2024 16:11:15	Sí	26-35 años	Estudiante y Empleado	Semanal	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Preparados con bebidas lácteas vegetal	Calidad del café
7-4-2024 16:18:54	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante y Empleado	Diario	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Ambiente y comodidad
7-4-2024 16:22:48	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Mensual	Supermercados	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Precio
7-4-2024 16:24:55	Sí	18-25 años	Empleado	Diario	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Café Helado, Té, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Servicio al cliente
7-4-2024 16:25:06	No, pero trabajo/estudio en San Felipe	26-35 años	Empleado	Semanal	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Supermercados	Café caliente	Calidad del café, Variedad de productos, Servicio al cliente
7-4-2024 16:27:59	Sí	18-25 años	Estudiante	Rara vez	Supermercados	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos
7-4-2024 16:29:30	No, pero trabajo/estudio en San Felipe	26-35 años	Empleado	Diario	Supermercados	Café caliente	Calidad del café
7-4-2024 16:33:53	Sí	18-25 años	Empleado	Rara vez	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Té, Frappuccino	Calidad del café, Precio
7-4-2024 16:38:54	Sí	Mayor de 45 años	Empleado	Diario	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Minimarket	Café caliente, Café Helado, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-4-2024 16:41:55	No, pero visito San Felipe regularmente	26-35 años	Empleado	Rara vez	Supermercados	Café caliente	Precio
7-4-2024 16:58:46	Sí	18-25 años	Estudiante	Mensual	Cafeterías locales, Supermercados	Café caliente, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-4-2024 17:43:51	No	18-25 años	Empleado	Mensual	Supermercados	Café caliente	Ambiente y comodidad
7-4-2024 18:10:50	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Empleado	Diario	Tomo en mi casa	Café caliente, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Precio, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-4-2024 19:09:35	Sí	18-25 años	Empleado	Diario	Cafeterías locales, Minimarket	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Servicio al cliente
7-4-2024 19:40:15	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Empleado	Diario	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Té, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ubicación
7-4-2024 20:17:00	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Supermercados, Minimarket	Café caliente, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Variedad de productos
7-5-2024 0:01:38	Sí	26-35 años	Empleado	Diario	Supermercados	Café caliente, Té	Calidad del café, Precio, Variedad de productos
7-5-2024 0:03:32	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Desempleado	Semanal	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café Helado, Frappuccino	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad
7-5-2024 8:54:25	No, pero visito San Felipe regularmente	Mayor de 45 años	pensionado	Diario	Cafeterías locales	Frappuccino	Ambiente y comodidad
7-5-2024 15:19:34	Sí	26-35 años	Empresario	Diario	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-5-2024 16:10:10	Sí	Mayor de 45 años	Dueña de casa	Diario	Cafeterías locales	Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café
7-5-2024 20:47:28	Sí	26-35 años	Estudiante y Empleado	Semanal	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente	Calidad del café
7-5-2024 21:10:35	Sí	18-25 años	Desempleado	Semanal	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Supermercados	Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos
7-5-2024 21:13:49	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Semanal	Cafeterías locales	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Ambiente y comodidad
7-5-2024 21:18:43	Sí	26-35 años	Empleado	Diario	Supermercados	Café caliente	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-5-2024 21:18:50	Sí	26-35 años	Empleado	Diario	Cafeterías locales	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café
7-5-2024 21:21:31	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante y Empleado	Semanal	Minimarket	Frappuccino	Precio
7-5-2024 21:27:26	Sí	18-25 años	Estudiante y Empleado	Diario	Supermercados	Café caliente	Calidad del café, Ambiente y comodidad
7-5-2024 21:27:36	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Semanal	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Café Helado, Té, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Servicio al cliente
7-5-2024 21:33:47	Sí	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Variedad de productos, Ambiente y comodidad
7-5-2024 21:42:29	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Diario	Mi casa	Té	Calidad del café, Variedad de productos
7-5-2024 21:48:44	Sí	18-25 años	Empleado	Semanal	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café

Marca temporal	¿Resides en San Felipe?	Edad	Ocupación	¿Con qué frecuencia consumes café?	¿Dónde sueles comprar café?	¿Qué tipo de bebidas prefieres?	¿Qué factores son más importantes para ti al elegir una cafetería?
7-5-2024 21:51:56	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Diario	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Té, Frappuccino	Calidad del café, Variedad de productos, Servicio al cliente, Ubicación
7-5-2024 21:52:57	No, pero visito San Felipe regularmente	26-35 años	Desempleado	Diario	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Supermercados	Café Helado, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Servicio al cliente
7-5-2024 21:53:41	SI	26-35 años	Estudiante	Semanal	Supermercados	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Servicio al cliente
7-5-2024 21:56:35	No, pero trabajo/estudio en San Felipe	18-25 años	Estudiante y Empleado	Diario	Cafeterías locales, Supermercados	Café caliente	Calidad del café, Variedad de productos, Ambiente y comodidad
7-5-2024 21:59:53	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Semanal	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Té	Ambiente y comodidad
7-5-2024 22:00:44	Lo conozco	26-35 años	Empleado	Mensual	Minimarket	Café caliente, Frappuccino	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-5-2024 22:06:36	No, pero visito San Felipe regularmente	36-45 años	Empresario	Diario	Cafeterías locales	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café
7-5-2024 22:09:29	SI	18-25 años	Estudiante	Diario	Supermercados	Café caliente	Calidad del café, Precio, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-5-2024 22:15:52	SI	18-25 años	Estudiante	Diario	Supermercados	Café caliente, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-5-2024 22:36:18	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Desempleado	Diario	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Supermercados	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Precio, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-5-2024 22:55:27	SI	18-25 años	Estudiante y Empleado	Semanal	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Té, Té Helado, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Variedad de productos, Ambiente y comodidad
7-5-2024 23:55:39	SI	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales, Supermercados	Café caliente	Calidad del café, Ambiente y comodidad
7-6-2024 0:03:01	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante y Empleado	Diario	Cafeterías locales, Supermercados	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-6-2024 0:07:22	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante y Empleado	Semanal	Minimarket	Café caliente, Té	Calidad del café, Precio, Servicio al cliente, Ubicación
7-6-2024 1:23:50	SI	Mayor de 45 años	Empresario	Semanal	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café Helado, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos
7-6-2024 7:26:31	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Diario	Supermercados	Café caliente	Precio
7-6-2024 9:21:07	SI	18-25 años	Estudiante y Empleado	Semanal	Supermercados	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio
7-6-2024 9:31:17	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Empleado	Semanal	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Té, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Precio, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-6-2024 10:09:12	SI	36-45 años	Empleado	Rara vez	Cafeterías locales	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Ambiente y comodidad
7-6-2024 10:43:06	SI	18-25 años	Estudiante	Diario	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Ubicación
7-6-2024 10:49:41	SI	18-25 años	Estudiante	Semanal	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Supermercados	Café caliente, Frappuccino	Calidad del café, Precio, Ambiente y comodidad
7-6-2024 11:32:24	SI	18-25 años	Estudiante	Rara vez	Supermercados	Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos),	Calidad del café, Precio, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-6-2024 15:08:04	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Supermercados	Café caliente, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Ambiente y comodidad, Ubicación
7-6-2024 15:47:59	Resido en Copiapó	Mayor de 45 años	Desempleado	Rara vez	Supermercados	Té, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-6-2024 15:52:15	SI	18-25 años	Estudiante	Semanal	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Supermercados	Café Helado, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-6-2024 15:52:40	No, y no visito San Felipe regularmente	18-25 años	Desempleado	Semanal	Supermercados	Café caliente, Frappuccino	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad
7-6-2024 19:02:02	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Empresario	Semanal	Cafeterías locales	Café Helado, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-7-2024 14:03:13	SI	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales	Frappuccino	Calidad del café
7-7-2024 18:11:54	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales, Minimarket	Café caliente, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Servicio al cliente
7-7-2024 22:14:16	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Servicio al cliente
7-8-2024 10:40:00	No, pero visito San Felipe regularmente	Mayor de 45 años	Empresario	Diario	Minimarket	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café
7-8-2024 18:06:11	No soy de San Felipe	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales	Café caliente, Té, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-8-2024 19:48:17	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Semanal	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente

Marca temporal	¿Resides en San Felipe?	Edad	Ocupación	¿Con qué frecuencia consumes café?	¿Dónde sueles comprar café?	¿Qué tipo de bebidas prefieres?	¿Qué factores son más importantes para ti al elegir una cafetería?
7-9-2024 1:26:53	No	18-25 años	Estudiante y Empleado	Diario	Supermercados	Café caliente, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Ambiente y comodidad, Ubicación
7-9-2024 18:12:10	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Mensual	Cafeterías locales, Supermercados	Café caliente, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Ubicación
7-9-2024 19:20:04	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Desempleado	Diario	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Supermercados, Minimarket	Café caliente, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Servicio al cliente
7-10-2024 15:05:49	No, pero visito San Felipe regularmente	36-45 años	Empleado	Semanal	Supermercados	Agua	Calidad del café
7-10-2024 15:10:46	Sí	18-25 años	Desempleado	Diario	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-10-2024 15:12:45	No, pero visito San Felipe regularmente	36-45 años	Empleado	Semanal	Supermercados	Café caliente	Calidad del café
7-10-2024 15:13:25	No, pero visito San Felipe regularmente	26-35 años	Empleado	Diario	Supermercados	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Precio
7-10-2024 15:19:04	No, pero visito San Felipe regularmente	36-45 años	Empleado	Diario	Cafeterías locales	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café
7-10-2024 15:26:29	Llay Llay	26-35 años	Desempleado	Diario	Supermercados	Café caliente	Precio
7-10-2024 15:39:40	No, pero visito San Felipe regularmente	Mayor de 45 años	Empleado	Rara vez	Supermercados, Minimarket	Café caliente, Té	Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-10-2024 16:06:21	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Semanal	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café Helado, Té, Frappuccino	Calidad del café, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-10-2024 16:08:42	Nunca he ido a San Felipe	18-25 años	Estudiante	Semanal	Supermercados	Café caliente, Té, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-10-2024 16:15:39	No, lo visito poco frecuente pero mi familia estudia ahí	26-35 años	Empleado	Semanal	Supermercados	Café caliente, Té, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente
7-10-2024 17:04:04	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Empleado	Diario	Cafeterías locales	Café caliente	Variedad de productos
7-10-2024 17:28:02	Visita ocasional	36-45 años	Empleado	Diario	Supermercados	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Ambiente y comodidad
7-10-2024 18:18:14	Sí	36-45 años	Empleado	Rara vez	Minimarket	Té	Ambiente y comodidad
7-10-2024 18:48:30	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Empleado	Semanal	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Frappuccino	Calidad del café, Variedad de productos, Ambiente y comodidad
7-10-2024 18:58:53	Sí	18-25 años	Estudiante y Empleado	Diario	Supermercados	Café caliente	Calidad del café
7-10-2024 21:31:04	No, pero visito San Felipe regularmente	Mayor de 45 años	Pensionada	Diario	Cafeterías locales, Supermercados, Minimarket	Café caliente, Té	Calidad del café, Variedad de productos
7-10-2024 23:47:24	No, pero visito San Felipe regularmente	26-35 años	Empleado	Diario	Cafeterías locales	Café caliente	Calidad del café
7-11-2024 0:29:00	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Semanal	Minimarket	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-11-2024 0:51:24	No, pero visito San Felipe regularmente	26-35 años	Estudiante y Empleado	Diario	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé), Supermercados	Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos
7-11-2024 12:45:26	Sí	18-25 años	Estudiante	Diario	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Té, Frappuccino, Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-11-2024 15:04:07	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Café caliente, Café Helado, Té Helado, Frappuccino	Calidad del café, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-11-2024 21:37:16	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café
7-12-2024 21:33:13	Sí	26-35 años	Empresario	Rara vez	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café
7-14-2024 23:50:01	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Diario	Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio
7-15-2024 19:18:02	No, pero visito San Felipe regularmente	18-25 años	Estudiante	Semanal	Supermercados	Café caliente, Té	Calidad del café, Precio, Variedad de productos, Ambiente y comodidad, Servicio al cliente, Ubicación
7-15-2024 20:17:59	No	18-25 años	Estudiante	Diario	Cafeterías locales, Franquicias internacionales (ej. Starbucks, Dunkin', McCafé)	Bebidas a base de leche (ej. lattes, capuchinos)	Calidad del café, Precio

¿Conoces la marca Starbucks?	¿Has visitado alguna vez un Starbucks?	¿Te gustaría que abriera una tienda Starbucks en San Felipe?	¿Qué tan dispuesto estarías a visitar Starbucks en San Felipe si abriera una tienda?	¿Cuánto sueles gastar en promedio en una cafetería por visita?	¿Cuántas veces al mes visitas cafeterías?	¿Qué cafeterías frecuentas en San Felipe?	¿Tienes algún comentario o sugerencia sobre abrir un Starbucks en San Felipe? ¿Cuéntame lo que piensas!
Si	Si	Si	5	Más de \$15.000	Más de 7 veces al mes	Casa Julieta	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee, Casa Julieta	Sería genial ir por unos buenos Frapuccinos bien venotes
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee, Sempiterno Café	
Si	Si	Si	5	Más de \$15.000	Más de 7 veces al mes	Swett & Coffee, Ímpetu Café y Cultura	
Si	Si	Si	4	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	4	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	4	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Casa Julieta	
Si	No	Si	1	Menos de \$3.000	Menos de 1 vez al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	No	1	Menos de \$3.000	Menos de 1 vez al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	4-7 veces al mes	Swett & Coffee, Casa Julieta	Sería genial disfrutar de su calidad y servicio
Si	Si	Si	4	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Casa Julieta	
Si	Si	Si	3	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Swett & Coffee, Sempiterno Café, Casa Julieta	
Si	No	No	2	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	3	\$7.000 - \$15.000	Menos de 1 vez al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	5	Menos de \$3.000	4-7 veces al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	4-7 veces al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee, Casa Julieta, Ímpetu Café y Cultura	
Si	No	No	1	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	4	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Sempiterno Café, Casa Julieta	
No	No	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Ímpetu Café y Cultura	siempre es grato un lugar agradable
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	Más de 7 veces al mes	Casa Julieta, Ímpetu Café y Cultura	Excelente opción para todos los habitantes de San Felipe, ya que tendrían un lugar nuevo donde poder consumir un buen café, socializar, trabajar, o simplemente pasar un rato agradable. Sin duda lo visitaría!
Si	Si	Si	3	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	Me parece muy bueno, que empresas prestigiosas lleguen a San Felipe
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Ímpetu Café y Cultura	Si
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Sempiterno Café, Ímpetu Café y Cultura	
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	No	2	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	5	Más de \$15.000	Más de 7 veces al mes	Ímpetu Café y Cultura	Que la calidad sea buena
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Swett & Coffee, Casa Julieta	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Ímpetu Café y Cultura	
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Casa Julieta	
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee, Sempiterno Café	
Si	Si	Si	2	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	Más de 7 veces al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	4	\$7.000 - \$15.000	Menos de 1 vez al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	3	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Swett & Coffee	

¿Conoces la marca Starbucks?	¿Has visitado alguna vez un Starbucks?	¿Te gustaría que abriera una tienda Starbucks en San Felipe?	¿Qué tan dispuesto estarías a visitar Starbucks en San Felipe si abriera una tienda?	¿Cuánto sueles gastar en promedio en una cafetería por visita?	¿Cuántas veces al mes visitas cafeterías?	¿Qué cafeterías frecuentes en San Felipe?	¿Tienes algún comentario o sugerencia sobre abrir un Starbucks en San Felipe? ¿Cuéntame lo que piensas!
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	4-7 veces al mes	Sempiterno Café, Casa Julieta	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Sempiterno Café, Ímpetu Café y Cultura	Es importante tener en cuenta la situación económica actual de la comunidad San Felipeña, puesto que el consumo en la cadena de café Starbucks tiene un costo monetario alto. Esto a modo de evaluar su rentabilidad.
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Ímpetu Café y Cultura	
Si	Si	Si	4	\$7.000 - \$15.000	Más de 7 veces al mes	Misky	Buena idea, en tanto contraten a nuestra constructora para la ejecución. (CGM SPA)
Si	No	No	3	Menos de \$3.000	Menos de 1 vez al mes	Sempiterno Café	Creo que sería mejor abrir una cafetería que cuenten con productos de especialidad
Si	Si	Si	3	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Casa Julieta	
Si	Si	No	2	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Sempiterno Café, Raconto	
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	Más de 7 veces al mes	Casa Julieta	
Si	Si	Si	4	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Sempiterno Café, Ímpetu Café y Cultura, Corazon de abuela, raconto	
Si	No	Si	3	Menos de \$3.000	Menos de 1 vez al mes	Swett & Coffee, Sempiterno Café	Es una propuesta interesante, San Felipe necesita de nuevos locales
Si	No	Si	4	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	4-7 veces al mes	Sempiterno Café, Ímpetu Café y Cultura	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Ninguna	
Si	Si	Si	3	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Ímpetu Café y Cultura	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Casa Julieta	
Si	Si	Si	3	Menos de \$3.000	1-3 veces al mes	La que está en la casona colonial, muy bonita	Lo encuentro muy caro y un poco sobrevalorado
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Casa Julieta	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	4	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	Estaría bueno
Si	Si	Si	4	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Casa Julieta	
Si	No	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Resido en Copiapo	Considero que es una nueva y excelente idea de entregar mas lugares donde la comunidad pueda conocer diferentes tipos de café
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Casa Julieta	
Si	Si	Si	1	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Ninguna	No, ya que no soy de esa zona
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Swett & Coffee, Sempiterno Café	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Sempiterno Café	
Si	No	Si	4	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Sempiterno Café, Casa Julieta	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Casa Julieta	Que sea mega estetik
Si	Si	Si	4	\$3.000 - \$7.000	Más de 7 veces al mes	Raconto	Hace mucha falta ya que se e mi favorito
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Casa Julieta	
Si	Si	Si	5	Más de \$15.000	1-3 veces al mes	Sempiterno Café, Casa Julieta	
Si	Si	Si	3	\$7.000 - \$15.000	Menos de 1 vez al mes	Nunca he visitado una cafetería en San Felipe	
Si	Si	Si	3	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Swett & Coffee	

¿Conoces la marca Starbucks?	¿Has visitado alguna vez un Starbucks?	¿Te gustaría que abriera una tienda Starbucks en San Felipe?	¿Qué tan dispuesto estarías a visitar Starbucks en San Felipe si abriera una tienda?	¿Cuánto sueles gastar en promedio en una cafetería por visita?	¿Cuántas veces al mes visitas cafeterías?	¿Qué cafeterías frecuentes en San Felipe?	¿Tienes algún comentario o sugerencia sobre abrir un Starbucks en San Felipe? ¡Cuéntame lo que piensas!
Si	No	Si	2	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	No he visitado	
Si	Si	No	1	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Sempiterno Café	Los comunistas no apoyamos empresas del imperio!
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Swett & Coffee, Sempiterno Café	
Si	Si	Si	3	Más de \$15.000	1-3 veces al mes	Sempiterno Café, Casa Julieta	
Si	Si	Si	3	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee, Casa Julieta	
Si	Si	Si	3	Menos de \$3.000	1-3 veces al mes	Sempiterno Café	
No	No	No	2	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Ninguna	Regularmente no asisto a cafeterías, pero sé que hay gente que consume mucho café, por mi parte me es indiferente si abre o no, pero puede ser del agrado de algunas personas.
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	1	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Nunca he ido a San Felipe	Espero que su implementación no venga a perjudicar la labor de emprendimientos/pymes que se desarrollan en la ciudad.
Si	Si	Si	4	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Raconto	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Sempiterno Café, Ímpetu Café y Cultura,	
Si	Si	Si	3	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Ninguno en San Felipe	
Si	Si	No	1	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	4	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	
Si	Si	No	1	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Sempiterno Café	Starbucks, es una buena cafetería, pero es muy car.
Si	No	No	2	\$3.000 - \$7.000	1-3 veces al mes	Sempiterno Café, Casa Julieta	Deberían tener precios diferenciados para tercera edad y estudiantes. Pará que sea accesible a todos
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Casa Julieta	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	4-7 veces al mes	Swett & Coffee, Casa Julieta	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Casa Julieta, Ímpetu Café y Cultura	
Si	Si	Si	5	\$7.000 - \$15.000	4-7 veces al mes	Swett & Coffee, Ímpetu Café y Cultura	
Si	Si	Si	3	\$7.000 - \$15.000	Más de 7 veces al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	3	\$7.000 - \$15.000	1-3 veces al mes	Swett & Coffee	Que quede en una buena ubicación
Si	Si	No	1	Menos de \$3.000	Más de 7 veces al mes	Swett & Coffee, Sempiterno Café	
Si	Si	Si	2	\$3.000 - \$7.000	Menos de 1 vez al mes	Sempiterno Café	
Si	Si	Si	5	\$3.000 - \$7.000	Más de 7 veces al mes	Ímpetu Café y Cultura	

ANEXO C: Menú de Starbucks.



Cafés Calientes



Cafés Helados



Frappuccino®



Bebidas Calientes



Té Caliente



Té Helado



Bebidas Heladas



Café en granos



Té



Merchandising



Bakery



Sándwichs & preparados



Snacks

Fuente: starbucks.cl/menu

ANEXO D: Tabla de precios de bebidas.

El 62,5% de las bebidas del menú son heladas y el 37,5% restante son bebidas calientes.

NOMBRE	DETALLE	PRECIO GRANDE	PRECIO VENTI	PRODUCTO	TIPO
Skinny Vainilla Latte	Café espresso con leche descremada al vapor y toques de vainilla sin azúcar	\$ 5.100	\$ 5.300	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Vainilla Latte	Café espresso con leche al vapor y toques de vainilla.	\$ 5.100	\$ 5.300	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Latte	Café espresso con leche vaporizada.	\$ 4.900	\$ 5.000	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Dulce de leche Latte	Café espresso con dulce de leche, leche al vapor con crema batida y salsa de caramelo.	\$ 5.500	\$ 5.700	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Latte Macchiato	Leche vaporizada con shots de café espresso que finaliza con un punto dibujado en la superficie.	\$ 5.100	\$ 5.300	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Caramel Macchiato	Vainilla y leche "manchada" con espresso, finalizada con el característico dibujo de caramelo.	\$ 5.500	\$ 5.700	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Mocha Blanco	Chocolate blanco, shots de Espresso y leche vaporizada, con crema batida.	\$ 5.500	\$ 5.700	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Mocha	Chocolate con café espresso y leche al vapor, con crema batida.	\$ 5.500	\$ 5.700	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Flat White	Shots de café ristretto con leche vaporizada que finaliza con un punto dibujado en la superficie.	\$ 5.100	\$ 5.300	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Cappuccino	Café espresso, leche vaporizada y abundante espuma de leche.	\$ 4.900	\$ 5.000	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Americano	Café espresso combinado con agua al mejor estilo americano.	\$ 4.200	\$ 4.300	Cafés Espresso Caliente	Bebidas Caliente
Chocolate Caliente	Una deliciosa mezcla de chocolate, vainilla y leche, decorada con crema batida y salsa de chocolate	\$ 4.800	\$ 5.000	Chocolate Caliente	Bebidas Caliente
Chocolate Shaken Espresso con Avena Helado	Café Espresso batido con salsa mocha y cubierto con bebida de avena.	\$ 4.900	\$ 5.100	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Mocha Blanco Shaken Espresso con Avena Helado	Café Espresso batido con salsa mocha blanco y cubierto con bebida de avena.	\$ 4.900	\$ 5.100	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Avellana Shaken Espresso con Avena Helado	Café Espresso batido con jarabe de avellana y cubierto con bebida de avena.	\$ 4.900	\$ 5.100	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Sweet Vainilla Cold Brew	Bebida helada a base de granos de café colombianos infusionados por 20 horas, endulzada con vainilla y finalizada con crema de leche.	\$ 4.300	\$ 4.500	Cafés Helado Cold Brew	Bebidas Heladas
Cold Brew	Bebida helada a base de granos de café colombianos infusionados por 20 horas.	\$ 4.100	\$ 4.300	Cafés Helado Cold Brew	Bebidas Heladas
Skinny Vainilla Latte Helado	Delicioso café espresso con leche descremada, hielo y toques de vainilla sin azúcar.	\$ 5.100	\$ 5.300	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Latte Helado	Deliciosa combinación de café espresso con hielo y leche.	\$ 4.900	\$ 5.000	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Vainilla Latte Helado	Delicioso café espresso con leche, hielo y dulces toques de vainilla.	\$ 5.100	\$ 5.300	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Dulce de Leche Latte Helado	Café espresso con delicioso dulce de leche, hielo y leche con un remolino de crema batida y salsa de caramelo.	\$ 5.500	\$ 5.700	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Skinny Caramel Macchiato Helado	Hielo, vainilla sin azúcar y leche descremada "manchada" con espresso, finalizada con el característico dibujo de caramelo.	\$ 5.500	\$ 5.700	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Caramel Macchiato Helado	Hielo, vainilla y leche "manchada" con espresso, finalizada con el característico dibujo de caramelo.	\$ 5.500	\$ 5.700	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Mocha Blanco Helado	Irresistible combinación de chocolate blanco, shots de espresso, hielo y leche, coronado con crema batida.	\$ 5.500	\$ 5.700	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Mocha Helado	Intenso chocolate con café espresso, hielo y leche, coronado con crema batida.	\$ 5.500	\$ 5.700	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Cappuccino Helado	El balance perfecto entre nuestro café espresso, hielo, leche y abundante espuma de leche.	\$ 4.900	\$ 5.000	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Americano Helado	Delicioso café espresso combinado con agua y hielo, al mejor estilo americano.	\$ 4.200	\$ 4.300	Cafés Espresso Helado	Bebidas Heladas
Café Frappuccino	Frappuccino a base de café. Dulce y cremosa combinación de café, leche y hielo.	\$ 5.300	\$ 5.500	Café Frappuccino	Bebidas Heladas
Caramel Frappuccino	Frappuccino a base de café. Dulce combinación de caramelo, café, leche y hielo, decorado con un remolino de crema batida y topping de caramelo.	\$ 5.600	\$ 5.800	Café Frappuccino	Bebidas Heladas
Mocha Blanco Frappuccino	Frappuccino a base de café. Deliciosa mezcla que combina café, leche y chocolate blanco, batido con hielo, coronado con crema batida y salsa de mocha.	\$ 5.600	\$ 5.800	Café Frappuccino	Bebidas Heladas
Mocha Frappuccino	Frappuccino a base de café. Deliciosa mezcla que combina café, leche y chocolate, batido con hielo, coronado con crema batida y salsa de mocha.	\$ 5.600	\$ 5.800	Café Frappuccino	Bebidas Heladas
Dulce de Leche Frappuccino	Frappuccino a base de café. Combinación de café, leche y dulce de leche, batido con hielo, coronado con crema batida y salsa de caramelo.	\$ 5.600	\$ 5.800	Café Frappuccino	Bebidas Heladas
Chai Frappuccino	Nuestro Té Chai combinado con leche, hielo molido y una deliciosa terminación de crema batida.	\$ 5.600	\$ 5.800	Frappuccino Sin Café	Bebidas Heladas
Matcha Frappuccino	Frappuccino a base de Matcha. Perfecta combinación a base de crema y matcha, batida con hielo y decorada con crema batida.	\$ 5.700	\$ 5.900	Frappuccino Sin Café	Bebidas Heladas
Matcha Frappuccino	Frappuccino a base de crema. Perfecta combinación a base de crema y matcha, batida con hielo y decorada con crema batida.	\$ 5.700	\$ 5.900	Frappuccino Sin Café	Bebidas Heladas
Mocha Creme Frappuccino	Frappuccino a base de crema. Perfecta combinación a base de crema y chocolate, batida con hielo, decorada con crema batida y salsa de chocolate.	\$ 5.600	\$ 5.800	Frappuccino Sin Café	Bebidas Heladas
Ultra Dulce de leche Creme Frappuccino	Frappuccino a base de crema. Perfecta combinación a base de crema y dulce de leche, batida con hielo, decorada con crema batida y salsa de caramelo.	\$ 5.600	\$ 5.800	Frappuccino Sin Café	Bebidas Heladas
Java Chips Frappuccino	Frappuccino a base de crema. Deliciosa mezcla de crema de vainilla con galletitas de chocolate, que finaliza con una espiral de crema batida.	\$ 5.700	\$ 5.900	Frappuccino Sin Café	Bebidas Heladas
Frutilla Creme Frappuccino	Frappuccino a base de crema. Deliciosa mezcla de crema de frutillas batida con hielo, decorada con crema batida y salsa de frutilla.	\$ 5.600	\$ 5.800	Frappuccino Sin Café	Bebidas Heladas
Té Negro	Té Negro.	\$ 4.200	\$ 4.400	Té Caliente	Bebidas Caliente
Té Verde	té verde combinado con limón.	\$ 4.200	\$ 4.400	Té Caliente	Bebidas Caliente
Té Infusiones	Una intensa infusión de canela, jengibre, cardamomo, pimienta negra y anís estrellado.	\$ 4.200	\$ 4.400	Té Caliente	Bebidas Caliente
Chai Latte	Nuestro mezcla de té chai y leche perfectamente vaporizada, decorado con una sutil capa de espuma de leche.	\$ 5.200	\$ 5.500	Té Caliente	Bebidas Caliente
Matcha Latte	té de Matcha y leche perfectamente vaporizada, decorado con una sutil capa de espuma de leche.	\$ 5.200	\$ 5.500	Té Caliente	Bebidas Caliente
English Breakfast Latte	té de hibiscus combinado con limón, mezclado con hielo y leche perfectamente vaporizada, decorado con una sutil capa de espuma de leche.	\$ 5.200	\$ 5.500	Té Caliente	Bebidas Caliente
Iced Shaken Green Tea	té de hibiscus y mezclado con hielo.	\$ 4.700	\$ 4.900	Té Helado	Bebidas Heladas
Iced Shaken Green Lemonade Tea	té verde combinado con limón y mezclado con hielo.	\$ 5.200	\$ 5.600	Té Helado	Bebidas Heladas
Té Verde Frutilla	Té Verde con combinado con Frutilla y mezclado con hielo.	\$ 5.200	\$ 5.600	Té Helado	Bebidas Heladas

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO E: Local con disponibilidad de arriendo.

🕒 09/03/25

Local en Arriendo en CENTRO San Felipe

UFs 37

SAN FELIPE - FACTOTUM ARRIENDA LOCAL COMERCIAL



VER 10 FOTOS MAS

Ubicación

📍 ALAMEDA OHHIGINS , SAN FELIPE, CENTRO San Felipe - San Felipe de Aconcagua

Características principales

 SUP CUB.	 SUP.	 HABITACIONES	 BAÑOS
65m ²	65m ²	0	2

Descripción

Local comercial en arriendo de 65 m2. Excelente local ubicado en Av Libertador Bernardo Ohhiggins a pasos de Stripcenter. (TOTTUS-FALABELLA) Emplazado en sector de alto flujo Vehicular, Con atractivo frente (Local esquina) lo que permite una excelente exposición de marca. En su entorno encontramos servicios y comercios tales como; multiendas: Falabella supermercado: Hiper líder, Tottus farmacia:, Salcobrand y Cruz Verde. Cajeros automáticos, restaurantes, entre otros. Superficie útil, Piso: 65 m2

Fuente: factotum.cl

Anunciado por:

Factotum
Inmobiliaria

★★★★★
0/5 (0 reseña)

Francisco Escobar

342427782

934956631

1234

Miembro desde: 09 / 2019

Llamar

Whatsapp

Nombre

Correo electrónico

Fono

mensaje

☐ No soy un robot



☐ Acepto los **términos y condiciones** y las **políticas de privacidad** del sitio.

Enviar consulta

Inapropiado:

Reportar



Fuente: factotum.cl

ANEXO F: Tiendas Starbucks en Chile.

Región	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	RM	XIV	XV	XVI	TOTAL
Cantidad	0	5	0	3	12	3	2	5	3	4	0	0	132	1	0	1	171

N°	Dirección	Nombre tienda	Región	Ciudad
1	San Sebastián 2946, Las Condes	ISIDORA	RM	Santiago
2	La Dehesa 1445, local 1110 Mall Portal La Dehesa, Lo Barnechea	PORTAL LA DEHESA	RM	Santiago
3	Av. Kennedy 5413, Local 366, Mall Parque Arauco, Las Condes	PARQUE ARAUCO	RM	Santiago
4	Av. Kennedy 9001, loc. 2164, Mall Alto Las Condes, Las Condes	ALTO LAS CONDES	RM	Santiago
5	Avda. Vicuña Mackenna Oriente 7110, Loc. 124-125, La Florida	PLAZA VESPUICIO	RM	Santiago
6	Apoquindo 3575 C, Las Condes	APOQUINDO - EL GOLF	RM	Santiago
7	Agustinas 640, loc. 7, Santiago-Centro	INTERAMERICANA	RM	Santiago
8	Alonso de Cordova 2894, Vitacura	ALONSO DE CORDOVA	RM	Santiago
9	General Blanche 11860, San Carlos de Apoquindo, Las Condes	SAN CARLOS DE APOQUINDO	RM	Santiago
10	Av. Andrés Bello 2777, Loc.1A, Edificio Las Industrias, Las Condes	COSTANERA	RM	Santiago
11	Avda. Las Condes 12340, Local 3, Las Condes	CAMINO DE ASIS	RM	Santiago
12	Av. El Rodeo 12850, local 2, Lo Barnechea	SHOPPING LA DEHESA	RM	Santiago
13	Av. Cristobal Colón 4289, Las Condes	COLON	RM	Santiago
14	AV. Luis Pasteur 6666, loc. E, Vitacura	LO CURRO	RM	Santiago
15	Av. Ricardo Lyon 172, Local 1, 7510125 Providencia, Región Metropolitana	LYON	RM	Santiago
16	Agustinas 1161, Santiago Centro	BANDERA	RM	Santiago
17	Presidente Riesco 5333, loc. 102, Las Condes	NUEVA LAS CONDES	RM	Santiago
18	Pedro de Valdivia 273, Providencia	PEDRO DE VALDIVIA	RM	Santiago
19	Américo Vespucio 399, Loc. 321 y 323, Mall Arauco Maipú, Maipú	ARAUCO MAIPU	RM	Santiago
20	Magdalena 140, Las Condes	MAGDALENA	RM	Santiago
21	Mariano Sánchez Fontecilla 310, Local 101-C, Las Condes	CALLAO	RM	Santiago
22	AV. Principe de gales 6803, La Reina	LA REINA	RM	Santiago
23	La Concepción 128, loc. 1, Providencia	LA CONCEPCION	RM	Santiago

24	Av. El Parque 4860, loc. 1 Ciudad Empresarial, Huechuraba	CIUDAD EMPRESARIAL	RM	Santiago
25	Av. Nueva Costanera 4177, Loc. 4, Vitacura	NUEVA COSTANERA	RM	Santiago
26	Av. Kennedy 9001, Loc 3225, Mall Alto Las Condes, Las Condes	MIRADOR DEL ALTO	RM	Santiago
27	Avda. Vicuña Mackenna 6100, Loc. 2095, La Florida	MALL FLORIDA CENTER	RM	Santiago
28	Cinco Norte 112, Viña del Mar	VIÑA DEL MAR SAN MARTIN	V	Viña del Mar
29	14 Norte 880, loc. 7, Boulevard Marina Arauco, Viña del Mar	MALL MARINA ARAUCO	V	Viña del Mar
30	Vergara 324, Santiago	BARRIO UNIVERSITARIO	RM	Santiago
31	Avda. Cerro El Plomo 5630, Loc. 103, Torre 8, Boulevard Nueva Las Condes, Las Condes	ROSARIO NORTE	RM	Santiago
32	Manquehue Norte 457, Las Condes	MANQUEHUE NORTE	RM	Santiago
33	Lo Fontecilla 441, Las Condes (dentro Clínica Las Condes	CLINICA LAS CONDES	RM	Santiago
34	Huerfanos 1016, local 4, Santiago Centro	HUERFANOS	RM	Santiago
35	Avda. José Pedro Alessandri 1166, Loc. 3004, Ñuñoa	PORTAL NUÑO A	RM	Santiago
36	Avda. Vicuña Mackenna 4860, Macul, (Interior Campus San Joaquín, Patio Biblioteca).	CAMPUS SAN JOAQUIN	RM	Santiago
37	Compañía 1214, Loc. 112, Santiago-Centro	ESPACIO M	RM	Santiago
38	Avda. Andrés Bello 2465, Loc. 1150, Providencia	COSTANERA CENTER	RM	Santiago
39	Nueva York 52 y 54, Loc. B3, Santiago	EDIFICIO ARIZTIA	RM	Santiago
40	Avda. Vitacura 2850, Loc 102, Las Condes	TITANIUM	RM	Santiago
41	Avda. Camino Las Flores 12640 Loc. 1 y 8, Las Condes	PLAZA SAN CARLOS	RM	Santiago
42	Av. Andres bello N° 2447 Local 5184, Providencia	COSTANERA CENTER 2	RM	Santiago
43	Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benitez	AEROPUERTO INTERNACIONAL 2	RM	Santiago
44	Apoquindo N° 2827 loc. 103, las Condes	TERRITORIA	RM	Santiago
45	Av. Kennedy 5601 Local 1-07, Las Condes	MEGACENTER	RM	Santiago
46	Huerfanos N° 1321, Santiago	HUERFANOS 2	RM	Santiago
47	Bellavista 052 local 93, providencia	PATIO BELLAVISTA	RM	Santiago
48	Fernandez Concha N° 700 (explanada), Las Condes	UNIVERSIDAD ANDRES BELLO	RM	Santiago
49	Apoquindo N°3472 loc. 105, las condes	PATIO FOSTER	RM	Santiago
50	Av. Vitacura N°6844	MICROSOFT BUILDING	RM	Santiago
51	Cerro el Plomo 5855, local 8 , Las Condes	ALTO EL PLOMO	RM	Santiago
52	Av Nueva Providencia 1341, Local 103, Providencia.	MANUEL MONTT	RM	Santiago
53	Bellavista 497, Providencia.	CLINICA SANTA MARIA	RM	Santiago
54	Los Militares 4777 Local 3	NUEVA APOQUINDO	RM	Santiago
55	Av. Larrain 5862 local A-1004-1008 La Reina	MALL PLAZA EGAÑA	RM	Santiago
56	Jose Bernardo Cuevas 405 local #1070	RANCAGUA	VI	Rancagua
57	Vitacura 4607, Vitacura	VITACURA VESPUICIO	RM	Santiago
58	AV. Del Valle Sur #650 loca 1 Edificio Mistral Huefchurba	EDIFICIO MISTRAL	RM	Santiago

59	Costanera Sur Rio Mapocho 2730 Local 401 Torre B las Condes.	PARQUE TITANIUM	RM	Santiago
60	Av Paseo Colina Sur 14500,local 119, Colina. Dentro del Mall Vivo.	PIEDRA ROJA	RM	Santiago
61	José Alcalde Delano 10492, local 1504	LOS TRAPENSES	RM	Santiago
62	Av.Barros Arana 1068 Local 12, Concepción.	CONCEPCION MALL CENTRO	VIII	Concepción
63	Av. José Pedro Alessandri 3177, Local FC-205_AM271, Mall Trebol, Concepción.	CONCEPCION MALL TREBOL	VIII	Concepción
64	Estado 125, Santiago Centro.	ESTADO	RM	Santiago
65	Av Americo Vespucio 1737. Huechuraba. Locales MP 2120 - MP 2124 2do nivel	MALL PLAZA NORTE	RM	Santiago
66	Av Libertador Bernardo O'higgins 1449 local 15 torre 4, Santiago centro.	SANTIAGO DOWTOWN	RM	Santiago
67	Serrano 75, Santiago Centro.	OFICENTRO	RM	Santiago
68	Compañía 1093, Santiago Centro.	COMPAÑÍA	RM	Santiago
69	Americo Vespucio 3300 (Mall Paseo Quilin, modulo 2) rotonda Quilin, Peñalolen.	MALL PASEO QUILIN	RM	Santiago
70	Rosario Norte N° 100, Las condes.	ROSARIO 100	RM	Santiago
71	Santa Maria Manquehue 6736, local 5, Vitacura.	SANTA MARIA DE MANQUEHUE	RM	Santiago
72	Plaza Sotomayor 212, Valparaíso.	PLAZA SOTOMAYOR	V	Valparaíso
73	Americo Vespucio 1501 Local 204, Cerrillos.	MALL PLAZA OESTE	RM	Santiago
74	Av Libertad 860, Viña del Mar	LIBERTAD	V	Viña del Mar
75	Av Chamisero 9790, local 14 costado Tottus. Colina.	CHAMISERO DT	RM	Santiago
76	Av Nueva Costanera 3900 - Nivel Subsuelo.	CASA COSTANERA	RM	Santiago
77	Av Kennedy 5413, local s440 - Las Condes.	PACK DISTRITO DE LUJO	RM	Santiago
78	Av Tabancura 1233 - Vitacura, 1er piso. Hall central.	CLINICA TABANCURA	RM	Santiago
79	Carretera el cobre 750 local 1010, Rancagua.	PORTAL RANCAGUA	VI	Rancagua
80	Los Carrera Poniente 301 local 102 104, Concepcion	MALL PLAZA BIOBIO	VIII	Concepción
81	Avenida Presidente Jorge Alesandri Rodriguez 20040 local 104 y 108 San Bernardo	MALL PLAZA SUR	RM	Santiago
82	Alfredo Barros Errazuriz 1953 - Providencia	BARROS ERRAZURIZ	RM	Santiago
83	El roble 770, local 116 Mall Arauco Chillan.	ARAUCO CHILLAN	XVI	Chillán
84	Av. Suecia 0137 local 1, Providencia	PLAZA SUECIA	RM	Santiago
85	Catedral 1421 local 2, Santiago Centro	TORRE AMUNATEGUI	RM	Santiago
86	Av. Apoquindo 4400 Local 510, Las Condes	KIOSKO SUBCENTRO	RM	Santiago
87	Av. Camilo Henríquez 3692 locales A103, A107 y 111, Mall Plaza Tobalaba Puente Alto	MALL PLAZA TOBALABA	RM	Santiago
88	Avenida Apoquindo 6550, Local 7, Las Condes	GENESIS	RM	Santiago
89	Av. Libertador Bernardo O'Higgins 3250 Local 96	ESTACION CENTRAL	RM	Santiago
90	Froilán Roa n°580, Local 1,2,3b, La Florida	FROILAN ROA	RM	Santiago
91	Avda. Consistorial 2100, local 109-110. Peñalolen	ALTO PEÑALOEN	RM	Santiago
92	Av. Las Condes #9765 Local 101-201, Las Condes	LAS CONDES DESING	RM	Santiago
93	Merced 611, Santiago Centro	MERCED	RM	Santiago

94	osé Victorino Lastarria 88, 8320152 Santiago, Región Metropolitana	BARRIO LASTARRIA	RM	Santiago
95	Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benitez, Sala Embarque Nacional	AEROP NACIONAL CORE	RM	Santiago
96	Alonso de Cordova 3788, Vitacura	PATIO ALONSO DE CORDOVA	RM	Santiago
97	Av. Las Condes # 13451, local 136, Las Condes.	MALL SPORT	RM	Santiago
98	Av. Argentina Nº 602 local 100 y 200, Valparaíso	MALL VALPARAÍSO	V	Valparaíso
99	Av. Alberto Solari Nº 1400, La Serena.- Local comercial Nº C – 202	MALL PLAZA SERENA	IV	La Serena
100	Los Conquistadores 1726, local 119, Providencia	TORRE SANTA MARIA	RM	Santiago
101	Av. Padre Hurtado Sur 78 L 1008, Las Condes	MALL PLAZA DOMINICOS	RM	Santiago
102	Av. Balmaceda 2885 local 124 y 127 La Serena	PASEO BALMACEDA	IV	La Serena
103	Avda. General Baquedano #86, local 1260, Mall Vivo Coquimbo. IV region	COQUIMBO	IV	Coquimbo
104	Av. Borgoño 13955 local 1 y 6 Viña del mar	PORTAL REÑACA	V	Reñaca
105	Bilbao # 1221 Local 106, Providencia.	BILBAO	RM	Santiago
106	Av. Alameda Libertador Bernardo O'Higgins 440, 8331010 Santiago, Región Metropolitana	UC CASA CENTRAL	RM	Santiago
107	Paseo Huerfanos Nº830 Local Tm1004 - Tm1008 - Santiago Centro	GALERIA IMPERIO	RM	Santiago
108	Av Providencia 2102, Providencia	DRUGSTORE	RM	Santiago
109	Ruta 5 sur, KM 57 Angostura, Comuna de S/N Francisco de Mostazal.	MONTICELLO	RM	Santiago
110	Isabel la Católica 4394 local 3, Las Condes	ISABEL LA CATOLICA	RM	Santiago
111	Dirección Av Independencia 565 local R7	INDEPENDENCIA	RM	Santiago
112	Avenida san Juan 133, Machalí	MACHALI DT	VI	Machalí
113	Av. Libertador Bernardo O'Higgins #3470, Local C-114, Estación Central.	MALL PLAZA ALAMEDA	RM	Santiago
114	14 Norte 976 local 110 Viña Del Mar	MARINA ARAUCO 2	V	Viña del Mar
115	Pedro Fontova 6251, Huechuraba	PEDRO FONTOVA	RM	Santiago
116	Echeñique 8490, La Reina	OSSANDON DT	RM	Santiago
117	Apoquindo # 5400 local 101 las Condes	APOQUINDO AZUCENA	RM	Santiago
118	Av. Vicuña Mackenna #7110, local TE/104	CLINICA VESPUCIO	RM	Santiago
119	Av San Ignacio #500, departamento 1 Quilicura	BUENAVENTURA	RM	Santiago
120	Av. Alemania 0945, Temuco	DREAMS TEMUCO	IX	Temuco
121	Carlos Condell 1687, Quillota	QUILLOTA	V	Quillota
122	Francisco bilbao 8750 local 2012, La Reina	PORTAL LA REINA	RM	Santiago
123	Barros Arana 598, Concepcion	CONCEPCION CENTRO (ARZOBISPO)	VIII	Concepción
124	Irarrázaval 3107, Nuñoa	IRRARRAZAVAL	RM	Santiago
125	Eluchans 1980, Viña del Mar.	REÑACA ALTO DT	V	Reñaca
126	Apoquindo 5950, Local 101-B	APOQUINDO MANQUEHUE	RM	Santiago
127	Av. Bernardo O'Higgins 201 Local R-4, Curicó.	CURICO	VII	Curicó
128	Av. Libertador Bernardo Ohiggins 2236, Santiago	REPUBLICA	RM	Santiago
129	Subercaseaux 3519 local 1102, San Miguel	PORTAL EL LLANO	RM	Santiago

130	Américo Vespucio 1737, local A1125, Mall Plaza Norte, Huechuraba	MALL PLAZA NORTE 2	RM	Santiago
131	Gran Avenida José Miguel Carrera 6150, Local 1176 y 1180	GRAN AVENIDA	RM	Santiago
132	Paseo Presidente Bulnes 71, Santiago.	PASEO BULNES	RM	Santiago
133	Camino el alba 11969, Local 218. Las Condes	PASEO DOMINICOS	RM	Santiago
134	Las Perdices 2990 local 39 Peñalolen	LAS PERDICES DT	RM	Santiago
135	Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benitez, calle Jean Mermoz 2150, local 68 - 3er piso	AEROPUERTO INTERNACIONAL SALIDAS	RM	Santiago
136	Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benitez, calle Jean Mermoz 2150, local 72 - 1er piso	AEROPUERTO INTERNACIONAL LLEGADAS	RM	Santiago
137	Vicuña Mackenna 4785 local 2 San Joaquín	SAN JOAQUIN 2 VICUÑA MACKENNA	RM	Santiago
138	Av. Pedro Aguirre cerda 10578, local 124, Antofagasta	SBX MALL PASEO PORTADA	II	Antofagasta
139	Av. Angamos 02170, Local 108 A, Antofagasta	ANTOFAGASTA ANGAMOS	II	Antofagasta
140	Av. Alemania 0671, local 1042, temuco	SBX PORTAL TEMUCO	IX	Temuco
141	Av. Los Carrera N° 754 local 126-128 Quilpué	SBX MALL PASEO QUILPUE	V	Quilpué
142	Av. Los pablos 2050, local 12-13	TEMUCO LOS PABLOS	IX	Temuco
143	Estoril 450, Local 7, Las Condes	CLINICA LAS CONDES II	RM	Santiago
144	Av. Padre Correa N° 15700, Local A1, Colina	SBX PIEDRA ROJA DT	RM	Santiago
145	Américo Vespucio 399,Módulo 02 -03, Mall Arauco Maipú, Maipú	COLD BEVERAGE KIOSK ARAUCO MAIPÚ	RM	Santiago
146	Av Balmaceda 2355, local 5b-6b-163a, Antofagasta	MALL PLAZA ANTOFAGASTA	II	Antofagasta
147	Av. Andrés Bello 2447, Providencia, Región Metropolitana. Local 6276	COSTANERA CENTER PASARELA	RM	Santiago
148	Av Cuarto Centenario 973 - 975 - 977, local 101 A, Las Condes, Chile	ROTONDA ATENAS	RM	Santiago
149	Avenida Pie Andino 4850, Local 116. Lo Barnechea.	PIE ANDINO DT	RM	Santiago
150	Avenida Américo Vespucio 1501, local BS-228_AME-228, Cerrillos	MALL PLAZA OESTE 2	RM	Santiago
151	JOSE PEDRO ALESSANDRI 2400, MACUL	MACUL	RM	Santiago
152	Avda. Vicuña Mackenna Oriente 7110, Módulo P-77, La Florida	KIOSKO MALL PLAZA VESPUCIO	RM	Santiago
153	Zenteno 21 local 2114, Antofagasta	ESPACIO URBANO ANTOFAGASTA	II	Antofagasta
154	Monseñor Ramón Munita #1600, local 1 y 2. Puerto Montt	MUNITA PUERTO MONTT	X	Puerto Montt
155	Juan Soler Manfredini 131, local 302 y 302B, Mall Paseo Costanera Puerto Montt	PASEO COSTANERA PUERTO MONTT	X	Puerto Montt
156	Álvaro Casanova 594, local 01 y 02, Peñalolén	ALVARO CASANOVA	RM	Santiago
157	Av La Florida 8988, local 1044, La Florida	ROJAS MAGALLANES	RM	Santiago
158	Circunvalación Oriente 1055, local 143-144, Talca	MALL PLAZA MAULE TALCA	VII	Talca
159	Tobalaba 5151, Ñuñoa	TOBALABA / HAMBURGO	RM	Santiago
160	Av. San José de Maipo #06355, Local B4,Puente Alto	LAS VIZCACHAS DT	RM	Santiago
161	Plazuela Yungay 609, local 2091, Osorno	PORTAL OSORNO	X	Osorno

162	Illapel 10, módulo 233 A, Mall Paseo Costanera, Puerto Montt	KIOSKO PASEO COSTANERA PTO MONTT	X	Puerto Montt
163	Apoquindo 2730, piso 2, torre 3, locales 201-56/201-57/201-62, Las Condes	MERCADO URBANO TOBALABA (MUT)	RM	Santiago
164	Av. Ramón Picarte n°422, local 200-201, Valdivia	PASEO VALDIVIA	XIV	Valdivia
165	Aeropuerto Nacional Arturo Merino Benites, local 71, 3er piso	AEROP NACIONAL / NP 107-71 Nac.	RM	Santiago
166	Avenida Balmaceda N° 3242, Calama. (local A- 101, A – 103, A- 105, A-107).	MALL PLAZA CALAMA	II	Calama
167	Autopista Concepción-Talcahuano N° 6495, local 3	AUTOPISTA TALCAHUANO	VIII	Talcahuano
168	Av. Pdte. Eduardo Frei Montalva 16950, Lampa, Región Metropolitana	LA MONTAÑA DT	RM	Santiago
169	Av freire 2414 local 1089	EL BELLLOTO	V	Quilpué
170	Armando Cortínez Ote. 1704, Pudahuel	AEROPUERTO 69 (INTERNACIONAL ESPIGON F)	RM	Santiago
171	AV.Undecima 1605 local 25	CURAUMA DT	V	Curauma

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO G: Tamaño del público objetivo.

- **Población total actualizada:** Provincia de San Felipe (2024): 161.526 personas.

	2017	2024
Valparaíso	1.815.902	1.896.053
%	4,4%	
Provincia de San Felipe	154.718	161.526

Provincia de San Felipe	Censo 2017	Censo 2024
San Felipe	76.844	80.225
Catemu	13.998	14.614
Llay Llay	24.608	25.691
Panquehue	7.273	7.593
Putendo	16.754	17.491
Santa María	15.241	15.912
TOTAL	154.718	161.526

Fuente: Resultados CENSO 2017.

- **Población entre 15 y 39 años (36%, ajustado por crecimiento del 4,4%): 57.543.**

Provincia de San Felipe	EDAD					TOTAL
	15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	
San Felipe	5.274	5.577	6.366	5.781	5.315	28.313
Catemu	941	933	1.053	998	923	4.848
Llay Llay	1.633	1.679	1.918	1.736	1.556	8.522
Panquehue	479	493	546	503	470	2.491
Putando	1.132	1.152	1.150	1.072	1.049	5.555
Santa María	1.068	1.094	1.154	1.029	1.044	5.389

Fuente: Resultados CENSO 2017.

Provincia de San Felipe	Censo 2017	15 y 39 años	Censo 2024	15 y 39 años
San Felipe	76.844	28.313	80.225	29.559
Catemu	13.998	4.848	14.614	5.061
Llay Llay	24.608	8.522	25.691	8.897
Panquehue	7.273	2.491	7.593	2.601
Putando	16.754	5.555	17.491	5.799
Santa María	15.241	5.389	15.912	5.626
TOTAL	154.718	55.118	161.526	57.543
%	100%	36%	100%	36%

Fuente: Elaboración propia.

- **Personas activas (trabajan o estudian):** $57.543 \times 60\% = 34.526$ personas

Aproximadamente el 60% de ese grupo está ocupado o estudiando (dato razonable considerando CASEN y datos locales):

En relación a la base de datos, entregada por el Ministerio de Planificación, obtenida de la encuesta CASEN 2017, se puede mencionar que en la Provincia de San Felipe y Los Andes un 41,7% de las personas se encuentran ocupadas, un 14,8% se encuentran desocupadas, y un 24% están inactivas, el 19,6% restante no respondió sobre su estado laboral actual. (ASIVA, 2021)

En la provincia de San Felipe, el Instituto Profesional AIEP alberga a más de 3.200 estudiantes y más de 280 docentes que imparten 28 carreras. Además, el Campus San Felipe de la Universidad de Playa Ancha (UPLA) tiene una matrícula de más de 600 alumnos y ofrece diversas carreras técnicas y profesionales. Por último la Universidad de Valparaíso tiene un campus en San Felipe que imparte carreras como medicina, enfermería, obstetricia, tecnología médica y fonoaudiología, cuenta con aproximadamente 1.100 estudiantes.

- **Frecuencia del consumo de café (diario o semanal):** según la encuesta el 54,2% consume café diariamente y el 31,3% semanalmente (total consumo frecuente: 85,5%).

$$34.526 \times 85,5\% = 29.534 \text{ personas}$$

- **Conocimiento de Starbucks y disposición a visitar:** según la encuesta el 98% conoce la marca ($29.534 \times 98\% = 28.943$ personas) y el 82,3% tiene una mediana a alta disposición a visitarla ($28.943 \times 82,3\% = 23.820$ personas).
- **Público objetivo estimado:**

($23.820 \div 161.526$) equivale al: $\approx 14,7\%$ de la población total.