UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
SEDE VIÑA DEL MAR – JOSÉ MIGUEL CARRERA

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA-ECONÓMICA PARA CREAR UNA EMPRESA DE TURISMO EN LA COMUNA DE VALPARAÍSO

Trabajo de Titulación para optar al Título de Ingeniería en Ejecución en GESTIÓN INDUSTRIAL

Alumno:
Edmundo Rene Ireland Peillard

Profesor Guía:
Ing. Carlos Antillanca Espina

2021

RESUMEN

KEYWORDS: TURISMO DE AVENTURA, PLACILLA DE PEÑUELAS, STAND UP PADDLE EN CHILE, EMPRESA SUSTENTABLE VALPARAÍSO, DEPORTE DE REMO VALPARAÍSO, DEPORTE VERDE.

En el presente estudio de prefactibilidad técnica-económica, se analiza la posibilidad de introducir un negocio de turismo en la comuna de Valparaíso, proporcionando aspectos financieros, técnicos y legales para la ejecución y viabilidad del proyecto.

En el Capítulo 1, se entregan antecedentes e información relevante para el desarrollo del proyecto, dando a conocer la situación actual de la localidad de Placilla, potenciales lugares a explotar turísticamente como el Tranque La Luz o el Salto del Agua, y datos concretos fundamentales para el desarrollo del proyecto. Además, se presenta el objetivo general y los específicos, metodologías en el que se encuentra el mercado previo y posterior a la ejecución del proyecto, e indicadores y criterios económicos para deducir el potencial del negocio.

En el Capítulo 2, se genera un estudio más detallado del sector industrial en el que estará inserto el proyecto, presentando las distintas alternativas del servicio turístico a ofrecer dentro de la localidad de Placilla de Peñuelas ubicada en la comuna de Valparaíso. A su vez, se examina el mercado a través de análisis de oferta, análisis de la demanda actual y de la demanda futura. El estudio de mercado se realizará con estadísticas de la base de datos del Servicio Nacional de Turismo y del Instituto Nacional de Estadística, resaltando dentro de sus antecedentes la recepción de turistas por parte de la Región de Valparaíso con un total de 5.207.429 personas anualmente, provenientes principalmente de la Región Metropolitana, la que aporta 10.033.407 de turistas a nivel nacional.

El Capítulo 3, centra todos los detalles técnicos necesarios para llevar a cabo el proyecto, como la elección y definición del equipamiento, insumos, personal involucrado, inversiones y consumos energéticos, en síntesis, es una planificación interna del negocio para que funcione correctamente dentro del mercado turístico y recreacional a nivel nacional. En esta planificación, se distinguen los primeros valores y presupuestos para iniciar el proyecto, los

cuales se formulan según el estudio de oferta y demanda del capítulo anterior, concluyendo que 14.326 personas realizan turismo aventura en la localidad de Placilla de Peñuelas para el año 2021. En el Capítulo 4, a diferencia del anterior, se genera un análisis externo de los aspectos legales y administrativos para constituirse, y ejecutar el proyecto dentro de los márgenes legales. El valor total para formalizar la empresa asciende a la suma de $330.000, lo que incluye constitución de empresas y obtención de patente comercial. Por último, el Capítulo 5, recopila todos los aspectos monetarios vistos en los capítulos anteriores, y los introduce a flujos de caja, visualizando el comportamiento según la inversión inicial de 505,61 UF, deduciendo con que financiamiento el proyecto tiene una mayor rentabilidad durante la proyección de 5 años. El análisis concluyó que la mejor alternativa, es el financiamiento de un 75% de la inversión inicial, que presenta un VAN de 602,03 UF, una TIR de 145% y un PRI de 1 año. La alta tasa de rentabilidad se debe a factores como; el escenario económico y turístico en el que se encuentra el país, la innovación y propuesta del tipo de servicio de experiencias a ofrecer, y a la segmentación de clientes que tienen un alto poder adquisitivo. Para finalizar el capítulo, se analizan 2 posibles escenarios a través de análisis de sensibilización. El primero en base al precio por cobrar, en donde al bajar el valor 10%, el VAN disminuye a 104,66 UF, la tasa interna de retorno queda en 34% y el PRI queda a 4 años. El segundo análisis se realiza en base a los costos fijos, en este caso al aumentar 10% los costos, el proyecto sigue siendo rentable, con un VAN de 289,93 UF, una TIR de 71% y un PRI de 2 años, pero al aumentar los costos fijos alrededor de 16% el proyecto ya no será rentable, en este caso el VAN cae a -114,88 UF, la TIR baja a -20%. Por consiguiente, se deben mantener los costos fijos dentro de los márgenes planificados.

ÍNDICE

RESUMEN

SIGLA Y SIMBOLOGÍA

INTRODUCCIÓN **1**

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA **4**

1.1. DIAGNÓSTICO 4

1.1.1. Antecedentes generales 4

1.1.2. Antecedentes específicos 5

1.1.3. Objetivos del proyecto 6

1.1.4. Antecedentes cualitativos 7

1.1.5. Contexto de desarrollo del proyecto 7

1.1.6. Tamaño del proyecto 9

1.1.7. Impacto relacionado con el proyecto 9

1.2. METODOLOGÍA 10

1.2.1. Definición situación sin proyecto 10

1.2.2. Definición situación con proyecto 11

1.2.3. Análisis de separabilidad 11

1.2.4. Método para la medición de costos y beneficios 12

1.2.5. Indicadores de gestión 12

1.2.6. Criterios de evaluación económica 13

1.2.7. Estructura de evaluación del proyecto 15

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO **18**

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO 18

2.1.1. Travesías 19

2.1.2. Turismo guiado 20

2.1.3. Clases grupales e individuales 21
2.1.4. Actividades recreativas 22
2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA 22
2.2.1. Análisis de la demanda actual 23
2.2.2. Análisis de la demanda futura 27
2.3. VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA 30
2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA 31
2.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO 32
2.5.1. Análisis FODA 32
2.5.2. 5 Fuerzas de Porter 34
2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES 35
2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN 36
2.7.1. Macro localización 36
2.7.2. Micro localización 37
2.8. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN 43

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBIDAD TÉCNICA 46
3.1. DESCRIPCIÓN DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA 46
3.2. DIAGRAMA DE FLUJO 49
3.3. BALANCE DE MASA Y ENERGÍA 50
3.4. SELECCIÓN DE EQUIPOS 51
3.4.1. Categoría actividades 51
3.4.2. Categoría administrativa 56
3.4.3. Categoría logística y bodegaje 58
3.4.4. Resumen de activos 59
3.5. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS 59
3.6. LAY OUT 60
3.7. DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS 61
3.8. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO 62

3.9. CONSUMOS DE ENERGÍA 62
3.9.1. Consumo energía eléctrica 63
3.9.2. Consumo de agua 63
3.9.3. Otros consumos 64
3.10. PROGRAMAS DE TRABAJO; TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL 65
3.11. PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS 66
3.12. INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIÓNES 68
3.13. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO 69
3.14. COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA 70
3.15. COSTOS DE IMPREVISTOS 71
3.16. TABLA DE RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL 72

CAPÍTULO 4: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES 74
4.1. ADMINISTRATIVA 74
4.1.1. Personal 74
4.1.2. Estructura organizacional 74
4.1.3. Sistemas de información administrativos 75
4.1.4. Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos 76
4.1.5. Gastos en personal 76
4.2. ASPECTOS LEGALES 77
4.2.1. Marco legal vigente nacional e internacional 77
4.2.2. Políticas de desarrollo industrial 77
4.2.3. Aspectos legales del giro del proyecto 78
4.2.4. Incentivos 80
4.2.5. Aspectos laborales 80
4.2.6. Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente 81
4.3. SOCIETARIA 82
4.3.1. Relación entre los inversionistas 82
4.3.2. Estructura societaria 83

4.3.3. Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria 84
4.4. TRIBUTARIA 84
4.4.1. Sistema tributario 84
4.4.2. Mecanismo de determinación de gasto en impuesto 85
4.5. AMBIENTAL 87
4.5.1. Impacto medio ambiente 87
4.5.2. Marco legal vigente 87
4.5.3. Análisis de afluentes 87
4.5.4. Ajuste a las normas 87

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA 89
5.1. EVALUACIÓN FINANCIERA 89
5.1.1. Fuentes de financiamiento 89
5.1.2. Inversionistas 90
5.1.3. Instituciones crediticias 91
5.5.4. Leasing 91
5.5.5. Costos de financiamiento 91
5.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA 93
5.2.1. Consideraciones 93
5.2.2. Proyecto puro 98
5.3.3. Proyecto con financiamiento externo 100
5.2.4. Resumen de los flujos y sus respectivos indicadores 105
5.2.5. Sensibilizaciones 106

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 110
BIBLIOGRAFÍA 112

ANEXOS **114**

ANEXO A: TARIFAS BANCO ESTADO CRÉDITO MICROEMPRESA TURISMO 115

ANEXO B: TABLA DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS 116

ANEXO C: DESCRIPCIÓN DE RÉGIMEN TRIBUTARIO PRO-PYME TRANSPARENTE 117

ANEXO D: FLUJOS DE CAJA CON SENSIBILIZACIÓN DEL PRECIO A COBRAR 120

ANEXO E: FLUJOS DE CAJA CON SENSIBILIZACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS 126

ANEXO F: COTIZACIÓN TABLAS DE STAND UP PADDLE 131

ANEXO G: COTIZACIÓN CHALECOS SALVAVIDAS 132

ANEXO H: COTIZACIÓN CASCOS NÁUTICOS 133

ANEXO I: COTIZACIÓN CONTENEDOR MARÍTIMO 134

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1. Mapa destinos turísticos Región de Valparaíso 4

Figura 2-1. Turismo sobre tablas de stand up paddle 20

Figura 2-2. Fauna alrededores del Tranque La Luz 21

Figura 2-3. Actividad Recreativa Pilates SUP 22

Figura 2-4. Llegada de turistas al territorio chileno 24

Figura 2-5. Movilidad de los hogares en zonas urbanas 24

Figura 2-6. Regiones receptoras de turistas 25

Figura 2-7. Principales motivos de los viajeros 26

Figura 2-8. Principales transportes utilizados en viajes 26

Figura 2-9. Mapa geomorfológico de la Región de Valparaíso 37

Figura 2-10. Sector picnic Lago Peñuelas 39

Figura 2-11. Propuesta límites comuna de Placilla de Peñuelas 40

Figura 2-12. Pérgola Tranque La Luz 41

Figura 2-13.	Mapa emplazamiento Tranque La Luz	42
Figura 3-1.	Ejemplo página web con sistema de reservas	46
Figura 3-2.	Tablas y remos posicionados en el muelle	48
Figura 3-3.	Diagrama de flujo del servicio sobre tablas de stand up paddle	49
Figura 3-4.	Balance de masas y energía del proyecto	50
Figura 3-5.	Tabla de stand up paddle marca Nomade Roots	51
Figura 3-6.	Traje de surf modelo G1	51
Figura 3-7.	Chaleco salvavidas regular	52
Figura 3-8.	Casco de seguridad náutica	53
Figura 3-9.	Cámara deportiva acuática	53
Figura 3-10.	Polera anti-UV	54
Figura 3-11.	Botiquín primeros auxilios	55
Figura 3-12.	Notebook Lenovo Ideapad	56
Figura 3-13.	Celular Huawei P30	56
Figura 3-14.	Mobiliario fabricado de pallet	57
Figura 3-15.	Escritorio fabricado de pallet	57
Figura 3-16.	Furgón RAM V700	58
Figura 3-17.	Contenedor marítimo 20 pies	58
Figura 3-18.	Lay out de la empresa	60
Figura 4-1.	Organigrama de la empresa	75
Figura 4-2.	Trámites y permisos municipales	78

ÍNDICE DE FÓRMULAS

Fórmula 1-1.	Aumento de producción	12
Fórmula 1-2.	Valor actual neto	13
Fórmula 1-3.	Tasa interna de retorno	14

Fórmula 1-4. Período retorno inversión 14
Fórmula 2-1. Regla de tres simple 28
Fórmula 5-1. Tasa de descuento 94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 5-1. Sensibilización con respecto al precio a cobrar 107
Gráfico 5-2. Sensibilización con respecto a los costos fijos 109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1. Distancia y habitantes cercanos a Placilla 8
Tabla 2-1. Llegada de turistas nacionales a la Región de Valparaíso 27
Tabla 2-2. Proyección de demanda 29
Tabla 2-3. Cantidad oferta turística Valparaíso 31
Tabla 2-4. Valores turismo de experiencia en SUP 35
Tabla 2-5. Proyección precio 5 años 36
Tabla 2-6. División político-administrativo Comuna de Valparaíso 38
Tabla 3-1. Equipamiento por adquirir 59
Tabla 3-2. Costos por insumos 61
Tabla 3-3. Jornada semanal 62
Tabla 3-4. Consumo de energía eléctrica 63
Tabla 3-5. Consumo de agua 64
Tabla 3-6. Gastos para el personal 65
Tabla 3-7. Sueldos del personal 67

Tabla 3-8.	Cantidad de elementos a adquirir	68
Tabla 3-9.	Egresos mensuales	69
Tabla 3-10.	Déficit acumulado de trabajo	70
Tabla 3-11.	Puesta en marcha	71
Tabla 3-12.	Resumen inversión inicial	72
Tabla 4-1.	Resumen cargos de la empresa	76
Tabla 4-2.	Costos asociados cumplimiento legal	82
Tabla 5-1.	Costos asociados a solicitud de crédito	93
Tabla 5-2.	Variación IPSA	95
Tabla 5-3.	Ingresos proyección 5 años	96
Tabla 5-4.	Egresos proyección 5 años	96
Tabla 5-5.	Depreciación de activos	97
Tabla 5-6.	Tasas según monto de financiamiento	98
Tabla 5-7.	Flujo de caja puro	99
Tabla 5-8.	Indicadores proyecto puro	99
Tabla 5-9.	Amortización financiamiento al 10%	100
Tabla 5-10.	Flujo de caja financiamiento de un 10%	101
Tabla 5-11.	Amortización financiamiento al 50%	102
Tabla 5-12.	Flujo de caja financiamiento de un 50%	103
Tabla 5-13.	Amortización financiamiento al 75%.	104
Tabla 5-14.	Flujo de caja financiamiento de un 75%	104
Tabla 5-15.	Resultados flujos de caja	105
Tabla 5-16.	Resumen de flujos de caja	105
Tabla 5-17.	Variación porcentual precio	107
Tabla 5-18.	Variación porcentual costos fijos	108

SIGLAS Y SIMBOLOGIAS

A. SIGLA

BCN	:	Biblioteca Congreso Nacional
CAPM	:	Capital Asset Pricing Model
CONAF	:	Corporación Nacional Forestal
CORFO	:	Corporación de Fomento de la Producción
DFL	:	Decreto con fuerza de ley
ESVAL	:	Empresa Sanitaria de Valparaíso
FOGAPE	:	Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios
FOSIS	:	Fondo de Solidaridad e Inversión Social
IDPC	:	Impuesto Directo de Primera Categoría
INE	:	Instituto Nacional de Estadística
IPC	:	Índice Precio Consumidor
IPOM	:	Informe de Política Monetaria
IPSA	:	Índice de Precios Selectivo de Acciones
IVA	:	Impuesto al Valor Agregado
PIB	:	Precio Interno Bruto
PPM	:	Pago Provisional Mensual
PRI	:	Período Retorno Inversión
PYME	:	Pequeña y Mediana Empresa
RUT	:	Rol Único Tributario
RAM	:	Memoria de Acceso Aleatorio
RM	:	Región Metropolitana
S.A.	:	Sociedad Anónima
SERCOTEC	:	Servicio de Cooperación Técnica
SERNATUR	:	Servicio Nacional de Turismo

SII	:	Servicio de Impuestos Internos
SPA	:	Sociedad Por Acciones
SUP	:	Stand Up Paddle
TIR	:	Tasa Interna de Retorno
UF	:	Unidad de Fomento
UTA	:	Unidad Tributaria Anual
UTM	:	Unidad Tributaria Mensual
UV	:	Ultravioleta
VAN	:	Valor Actual Neto

B. SIMBOLOGÍA

$	:	Peso
%	:	Porcentaje
"	:	Pulgadas
>	:	Mayor a
/	:	Fracción
º		Grado
GB	:	Giga bites
h	:	Horas
kg	:	Kilogramo
Km	:	Kilómetros
Km^2	:	Kilómetros cuadrados
kW	:	KiloWAtt
L	:	Litros
m	:	Metro
m^2	:	Metro Cuadrado
m^3	:	Metro Cúbico

INTRODUCCIÓN

El territorio en donde se encuentra emplazado La República de Chile es una obra maestra de perfección natural, la que entrega la posibilidad de ver múltiples paisajes existentes en el globo terrestre, como desiertos, salares, glaciares, montañas, selvas, lagos, fiordos, humedales, islas, playas, cerros, entre otros, dentro de un mismo país. Si bien, el turismo en ciertos lugares a sido explotado como una industria que genera el 3% del PIB nacional, que aporta el 3% de empleabilidad de forma directa, realmente alcanza un PIB de 9%, al igual que el empleo[1], gracias a los negocios relacionados a esta industria. Aun así, falta aumentar la oferta existente en este privilegiado rincón del mundo.

Chile se ha caracterizado por ser un país que se sostiene principalmente por la industria extractivista, agroindustria y la industria forestal. Notoriamente, estas industrias destruyen los ecosistemas aledaños, potenciales destinos turísticos. La nula protección o el compromiso se las autoridades por preservar o crear nuevas fuentes de ingreso y generación de empleo a partir del turismo, ocasiona que las grandes corporaciones depreden sin piedad los recursos naturales. La sustentabilidad y conservación de los sitios atractivos naturalmente son fundamentales para impulsar el turismo de experiencias en la Región de Valparaíso.

El turismo ha innovado su forma en la que presenta los destinos turísticos incluyendo a los usuarios de forma activa dentro de la oferta. Las nuevas maneras de generar turismo se basan en entregar experiencias participativas y personalizadas a los consumidores, otorgándoles vivencias a un nivel subjetivo e involucrando esfuerzo físico inmerso en ambientes naturales. Se han creado nuevas formas de turismo involucrando la creatividad, con vivencias novedosas y sorprendentes dentro de localidades más auténticas y menos concurridas. Las llamadas experiencias, son el último eslabón de la cadena para agregarle valor a un producto o servicio[2].

Dentro de la oferta turística en el gran Valparaíso, ya se ha visto una mezcla entre bienes, servicios y experiencias en ejemplos como, escuelas de surf (Concón) excursiones o

[1] Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020. Gobierno de Chile. Fuente: Página web: subturismo.gob.cl
[2] Manual de diseño de Experiencias Turísticas. Servicio Nacional de Turismo. Fuente: Página web: sernatur.cl

caminatas (Cerro La campana en Olmué), observación de flora y fauna (Humedales de Quintero), escalada en roca (Llay Llay), Tour en viñedos (Casa Blanca) por mencionar algunos. Aún no se consigue obtener todo el potencial que tiene la región si lo analizamos con relación a la demografía que existe en la zona central del país. Dentro de las localidades poco exploradas de la Región de Valparaíso, se encuentra Placilla de Peñuelas en la que se centra el estudio de este proyecto. Esta localidad posee grandes atractivos naturales y artificiales, idóneos para generar turismo de experiencias. Una ventaja de esta localidad es su ubicación, se emplaza al final de la ruta 68, principal ruta que une la RM con ciudades consolidadas turísticamente como, Valparaíso, Viña del Mar y Concón.

Otro punto en contra para el turismo en Región de Valparaíso es su estacionalidad. La mayoría de los visitantes llegan en temporada estival, mientras que en invierno muy pocas personas aprovechan las bondades que entrega la zona[3]. El proyecto viene a romper esta barrera que se genera por temporadas entregando una actividad que se puede realizar de forma segura durante todo el año.

[3] Anuario de Turismo. Subsecretaria de turismo. Fuente: Página web: sernatur.cl

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA

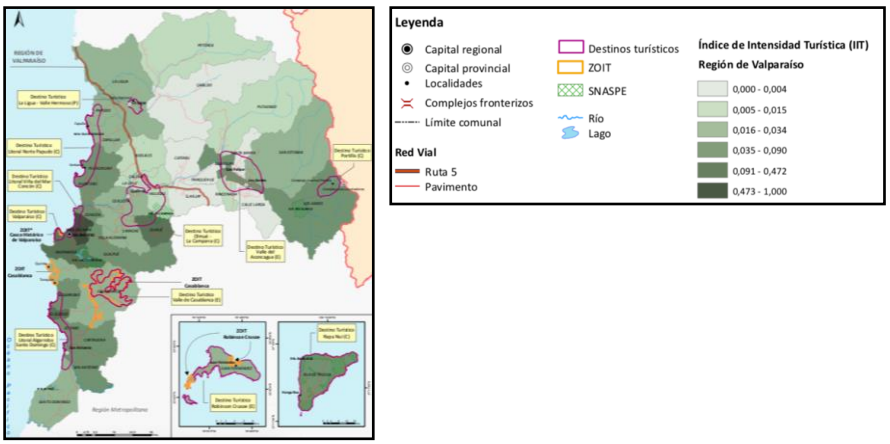
Hoy en día las comunidades se han ido agrupando para enfrentar proyectos con impactos ambientales negativos en las zonas aledañas, un claro ejemplo de estos proyectos destructivos son las inmobiliarias. Ante esta situación, se debe analizar la ubicación pronosticando el comportamiento de la comunidad antes de formar el proyecto.

1.1. DIAGNÓSTICO

A continuación, se verán datos relevantes de la comuna en donde se quiere emplazar el proyecto, como también, en que situación se encuentra el turismo dentro de la zona.

1.1.1. Antecedentes generales

La estrategia regional de desarrollo potencia a la Región de Valparaíso como un destino turístico tanto nacional como internacional, con programas relacionados a la difusión y fomento del turismo, basándose en la macro localización, desprendiendo ventajas de conectividad, suelo, portuarias y desarrollo social[4].



Fuente: Imagen extraída de Informe de Intensidad Turística 2018.

Figura 1-1. Mapa Destinos turísticos Región de Valparaíso.

[4] Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos turísticos. Fuente: Página web: subturismo.gob.cl

Como se aprecia en la Figura 1-1, la región ofrece una variedad de destinos turísticos con una diversidad de ofertas para diferentes segmentos y gustos.

1.1.2. Antecedentes específicos

Placilla de Peñuelas se encuentra ubicado en la región de Valparaíso a 100 km aproximadamente de la RM, la que se convierte en un lugar adecuado para generar destinos turísticos de corta y larga estadía. Dentro de la localidad de Placilla, como destino turístico destaca el Lago Peñuelas, perteneciente al grupo de parques nacionales controlados por CONAF. Cuenta con 9.262 hectáreas de superficie protegidas por decreto de ley. Dentro del recinto existe una concesión para la práctica de la pesca deportiva, concesión que dura hasta el año 2025. El Lago tiene una capacidad máxima de 98 millones de m^3, pero que actualmente solo posee 1,9 millones de m^3 de agua. Dentro de sus aguas, están prohibidas las actividades náuticas o deportivas de todo tipo por tratarse de una reserva de agua potable para la población de Valparaíso. Otros lugares destacables, se basan en tres atracciones, una formada naturalmente y las otras dos fueron creadas artificialmente. La primera se trata de una cascada llamada el Salto del Agua, la única caída de agua que posee la zona Centro Norte, con una altura de más de 80 metros, emplazada en un sector con flora que se encuentra en peligro de extinción. El sector posee La Central Hidroeléctrica El Sauce, declarado Monumento Histórico, construida el año 1907 para abastecer a Valparaíso de energía eléctrica. Esta central, se alimentaba del Tranque La Luz, obra realizada para almacenar el excedente de agua proveniente del Lago Peñuelas[5]. Hoy en día, en las aguas del tranque se practican deportes de remo a nivel olímpico. Se deja en claro que los derechos de agua del tranque pertenecen a una empresa privada.

La gran dificultad que posee la zona para considerarla atractivamente turística por las autoridades es que la mayoría de los terrenos pertenecen a privados y en ellos se ha privilegiado el desarrollo inmobiliario sobre la sustentabilidad de los ecosistemas.

[5] Patrimonio Natural en Placilla de Peñuelas. Fuente: Página web: museodeplacilla.wordpress.com

El proyecto tendrá un valor agregado considerando una nueva manera de hacer turismo en ambientes acuáticos, si bien el proyecto se basará en una empresa general de turismo, se potenciará con ese método, otorgándole un potencial mayor para ingresar al mercado.

La nueva manera de hacer turismo en ambientes acuáticos, (Mar, ríos, lagos, tranques, etc.) se llama turismo sobre tablas de stand up paddle, el cual pertenece a la categoría de turismo aventura experiencial. Trata principalmente de utilizar una tabla semejante a las de surf pero más largas y anchas, en las que se va de pie impulsado por un remo, recorriendo rutas promoviendo conceptos de deporte verde, sustentabilidad y vida sana. Se escoge el Tranque La Luz, para iniciar con este tipo de turismo por el encanto del lugar y por tratarse de un sector en el que se realizan deportes de remo como se mencionó anteriormente.

1.1.3. Objetivos del proyecto

Se mencionará el objetivo general y los específicos del proyecto.

A) Objetivo general

Crear una empresa de turismo en la comuna de Valparaíso.

B) Objetivos específicos

- Realizar un estudio que determine el comportamiento actual y futuro de la industria del turismo en la Región de Valparaíso.
- Determinar la infraestructura, equipamiento inicial, aspectos técnicos, ambientales y legales necesarios para implementar el proyecto.
- Evaluar a través de flujos de caja un plan económico y financiero donde se analicen las distintas formas de financiamiento del proyecto.

1.1.4. Antecedentes cualitativos

El proyecto busca generar una manera de crear instancias de recreación y conexión con la naturaleza en donde participe toda la comunidad, otorgándole valor y sustentabilidad al sector.

El análisis del proyecto se basa en:

- La carencia de alternativas de esparcimiento en lugares naturales y cercanos a urbes.
- El pensamiento del usuario privilegiando una vida más activa, dejando atrás el sedentarismo.
- El aumento de visitas de turistas de la región metropolitana a la Región de Valparaíso los fines de semana, feriados y en vacaciones.
- Las nuevas maneras de generar turismo en base a un" Turismo Experiencial"

La experiencia debe tener ciertos requerimientos que satisfagan y cumplan las expectativas del cliente, aunque realmente siempre se busque superar las expectativas logrando posicionarse en la mente del consumidor. Por ende, se realizan estrategias para lograr ese cometido, las cuales son:

- Generar contenido audiovisual
- Otorgar valor agregado al sector
- Potenciar los negocios locales
- Formar alianzas con locatarios de la zona

Con estos aspectos se buscará el posicionamiento del producto en el mercado meta.

1.1.5. Contexto de desarrollo del proyecto

El aumento de la práctica del SUP alrededor del mundo y la creciente demanda de turistas por visitar nuevos lugares naturales, crean el momento oportuno para innovar en la industria del turismo.

La densidad poblacional de las principales ciudades alrededor de Placilla de Peñuelas (Ver Tabla 1-1), lo ubican en un punto estratégico para captar adeptos a esta disciplina, donde se aprovechan las fuentes de agua y bosques que se han mantenido durante el tiempo. Por encontrarse cerca de las ciudades más pobladas, el proyecto también de centra en captar el turismo de fin de semana, en donde las personas aprovechan los sábados y domingos para salir a recrearse, ciudades como Olmué, Curacaví, Casa Blanca o Pomaire ofrecen servicios gastronómicos y recreacionales para el publico que llega los fines de semana provenientes de Santiago y Valparaíso.

Tabla 1-1. Distancia y habitantes cercanos a Placilla.

Ciudades	Población (Miles de personas)	Distancia (Km)	Trayecto	Duración (Minutos)
Valparaíso	296.156	14	Ruta 68	16
Viña del Mar	334.238	20	Ruta 60	23
Quilpué	151.708	25	Ruta 60	27
Villa Alemana	126.548	30	Troncal Sur/Ruta 60	33
Concón	42.152	32	Ruta 64 y 60	32
Santiago	404.595	104	Ruta 68	78
Providencia	142.079	111	Ruta 68	82

Fuente: Resultados Censo 2017. INE

Como se aprecia en la Tabla 1-1, el proyecto se emplaza cercano a ciudades y con buenas rutas de conexión.

Se debe destacar que el proyecto pretende incentivar exclusivamente esta manera de hacer turismo a través de espacios acuáticos e incentivar la sustentabilidad de las comunidades.

1.1.6. Tamaño del proyecto

Inicialmente se buscará minimizar la inversión inicial con la finalidad que posterior a la puesta en marcha, se pueda optar a fondos concursables estatales o privados, reduciendo el capital necesario en primera instancia.

Se estima una alta participación dentro del mercado por encontrarse en fase de nicho, aumentando la participación exponencialmente dentro del horizonte de evaluación del proyecto. El negocio se evaluará en la zona de Placilla de Peñuelas, abarcando a través de recursos tecnológicos clientes de zonas más lejanas. Posteriormente se prevé expansión hacia el borde costero, en donde el mar es la ubicación idónea para crear sucursales.

Se considera una inversión inicial de aproximadamente 500 UF (Valor UF $28.722 al día 10 de octubre del 2020). En los capítulos posteriores se calculará con detalle el presupuesto real del proyecto.

1.1.7. Impacto relacionado con el proyecto

Se evaluarán tres impactos que generará este proyecto.

A) Impacto económico

La empresa será de carácter privado con utilidades directas a los dueños e inversionistas por el riesgo que se corre al invertir. En la adquisición del equipamiento, se incentiva la economía nacional al comprar bienes y servicios. Además, Los servicios que se realizarán generan IVA por cada transacción, el que es usado por el Estado de Chile para cubrir los costos presupuestarios gubernamentales y sociales. Se generarán empleos de distintas especialidades disminuyendo la tasa de desocupación que alcanza el 9,1% dentro de la Región de Valparaíso[6].

[6]Boletín de empleo trimestral. Fuente: INE

B) Impacto social y cultural

El proyecto traerá varios aspectos sociales y culturales por ser una empresa sustentable con responsabilidad con el medio ambiente. Dentro de lo social, se realizarán encuentros con colegios para promover este tipo de actividad, incentivando conceptos como la vida sana, el cuidado del agua y del medio ambiente. Se pretende ayudar a las fundaciones que protegen la naturaleza a través de donaciones. En el sentido cultural, se promoverá el cuidado y visita del patrimonio natural e industrial de la localidad de Placilla.

C) Impacto ambiental

El proyecto no genera ningún tipo de impacto ambiental, en cambio se basa en mantener el ambiente y protegerlo. En la construcción del local, se generarán residuos de los cuales se reutilizarán algunos, los restantes son tratados como desechos del tipo domiciliario, los que son enviados a vertederos autorizados.

1.2. METODOLOGÍA

A continuación, se describe la situación con y sin proyecto en Placilla de Peñuelas, los indicadores económicos y criterios de evaluación a utilizar en los capítulos posteriores.

1.2.1. Definición situación sin proyecto

Como se mencionó anteriormente, la localidad de Placilla posee La Reserva Nacional Lago Peñuelas, la cual está protegida por CONAF. Aquí se realizan caminatas familiares y pesca deportiva, pero está prohibido el uso de sus aguas para actividades náuticas recreativas.

El Tranque La Luz, es el otro atractivo potente de la zona, donde se practican deportes de remo competitivo por varios clubes locales y por la Federación Nacional de Remo Chilena. El permiso para usar el agua lo debe otorgar la empresa ESVAL, ya que es dueña de sus derechos.

No existen empresas relacionadas al turismo experiencial alrededor del Tranque La Luz,

pero sí existen locales para formar alianzas como cafeterías, centros de yoga y pilates, canchas de tenis, entre otros. Se puede decir que en la localidad se ha potenciado el deporte como forma de vida, y el turismo experiencial mezcla ambas visiones.

La ciudad se ha centrado en la expansión domiciliaria aumentando su población y comercio de bienes y servicios básicos. El atractivo turístico de la zona no se ha masificado del todo y este proyecto entra en un buen momento para iniciar este tipo de industria en el lugar.

1.2.2. Definición situación con proyecto

El proyecto se alinea con las actividades físicas que se imparten en la zona, llegando de buena manera a la comunidad y a los clubes del lugar.

La micro tendencia en el turismo busca relacionar a grupos sociales con los recursos turísticos de un lugar en particular, dándole valor por lo que se puede generar en su entorno. Esta micro tendencia se usará para potenciar las inmediaciones del Tranque La Luz, a través del turismo experiencial sobre tablas de SUP. La basta información que se encuentra en internet, crea aventureros más conscientes, siempre en búsqueda de autenticidad dentro de las ofertas de turismo.

El negocio pretende ser una parada obligatoria para todas las personas que provienen de la Región Metropolitana y que están en búsqueda de nuevas experiencias o simplemente quieren disfrutar de la naturaleza. Al crear nuevas actividades en el lugar, se formarán otros tipos de negocios para suplir algunas necesidades básicas como la alimentación.

1.2.3. Análisis de separabilidad

Se estudiará la alternativa de generar un negocio por medio de la página web, en la que se ofrecerá el servicio de otros prestadores de turismo, cobrando por la gestión y administración de las reservas. Un ejemplo de este subproyecto sería ViajesFalabella, que vende viajes y asientos a las aerolíneas LAN, SKY, etc. Este servicio no significa un aumento de capital, ya que queda cubierto dentro de los costos de marketing y publicidad.

1.2.4. Método para la medición de costos y beneficios

El proyecto genera ingresos a través de la transacción del producto experiencial.

- Ingresos por travesías
- Ingresos por clases
- Ingresos por tour guiados

Los costos generados principalmente son los siguientes:

- Costos de inversión: Dentro de estos costos, está la adquisición de equipamiento, construcción del local, puesta en marcha, capital de trabajo e imprevistos. En resumen, todo lo necesario para crear físicamente el negocio.
- Costos Operacionales: Dentro de estos costos, se tiene gastos operaciones, pago de sueldos e insumos necesarios para el funcionamiento.

El detalle de todos los costos por inversión y operación se verán en el capítulo 3.

1.2.5. Indicadores de gestión

Se usarán indicadores cuantitativos para analizar el comportamiento del servicio considerando mejoras para producir mayor rentabilidad. El mejor indicador para este tipo de negocio es la cantidad de tablas divido el factor tiempo. La producción disminuirá o aumentará si se adquiere una mayor cantidad de tablas.

$$P = \frac{Ct}{Ut}$$

(Fórmula 1-1.)

Donde:

- P: Producción
- Ct: Cantidad de tablas de stand up paddle
- Ut: Unidad de tiempo.

1.2.6. Criterios de evaluación económica

Para tomar una buena decisión al momento de evaluar si el proyecto es factible económicamente, se usarán tres indicadores económicos confiables y con un cálculo ágil para representar en números la factibilidad del proyecto.

Los indicadores utilizados para la evaluación del proyecto son los siguientes:

- Valor actual neto (VAN): Se define como la sumatoria de los flujos netos anuales actualizados menos la inversión inicial. Este indicador de evaluación representa el valor del dinero actual que va a reportar el proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un período determinado.

$$VAN = \sum_{t=1}^{n} \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

(Fórmula 1-2.)

Donde:

- n: Número de períodos considerados
- F_t: Flujo de caja del período
- k: Tasa de interés
- I_0: Inversión inicial

Existen tres conclusiones posibles según el resultado del VAN dentro del flujo de caja:

- VAN < 0: La inversión produce pérdidas. No es conveniente realizar el proyecto.
- VAN = 0: Bajo este criterio realizar el proyecto es indiferente.
- VAN > 0: La inversión produce ganancias. Es conveniente realizar el proyecto.

- Tasa interna de retorno (TIR): Se define como la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero y representa el retorno mínimo que se espera obtener de la inversión, representado en porcentaje.

$$\sum_{t=1}^{n} \frac{F_t}{(1+TIR)^t} - I_0 = 0$$

(Fórmula 1-3)

Los criterios de conclusión de la TIR son los siguientes:

- TIR ≥ Tasa de descuento: El proyecto iguala o supera la rentabilidad mínima exigida. Es conveniente invertir en el proyecto
- TIR <Tasa de descuento: El proyecto no alcanza la rentabilidad mínima exigida. No conviene invertir.

- Período retorno de la inversión (PRI): Corresponde al período de tiempo necesario para que el flujo de caja del proyecto cubra el monto total de la inversión.

$$PRI = a + \frac{I_0 - b}{F_r}$$

(Fórmula 1-4)

Donde:

- a: Número del período inmediatamente anterior al período en que se recupera el desembolso inicial
- I_0: Inversión inicial.
- b: Suma de los flujos hasta el final del período a.
- F_r: Flujo de caja del período en que se recupera la inversión.

El PRI debe estar dentro del período de evaluación, mientras más corto sea este período los inversionistas obtendrán beneficios en menor tiempo.

El proyecto se evaluará dentro de un horizonte de 5 años. Se crearán cuatro flujos de caja para comparar y elegir el más idóneo para llevar a cabo el proyecto. Se realizará un flujo de caja puro sin financiamiento, y tres flujos con financiamiento externo del 10%, 50% y 75% de la inversión total. Con rangos más amplios de porcentajes, se puede apreciar de mejor manera las variaciones monetarias dentro de los flujos de caja.

1.2.7. Estructura de evaluación del proyecto

El estudio y análisis del proyecto, requerirá para su correcta evaluación contar con los siguientes pasos a seguir, como parte de su estructura y metodología. A continuación, se mencionan y detallan en líneas generales los aspectos más relevantes de cada etapa:

- Diagnóstico, y metodología de evaluación: Es el primer acercamiento sobre el tema del proyecto, dando a conocer el mercado en donde se mueve y su uso en general, indicando antecedentes, los objetivos y alcances del proyecto.

- Análisis de prefactibilidad del mercado: Se analizan distintos aspectos relacionados con el mercado en el que se encuentra el proyecto, como oferta actual y futura, comportamiento del mercado, proyecciones de precio, localización y sistema de comercialización.

- Análisis de prefactibilidad técnica: Se analizan los distintos elementos relacionados al funcionamiento del negocio, el equipamiento necesario para llevar a cabo el servicio, la compra de elementos y su valor para agregarlos posteriormente a los flujos de caja.

- Aspectos administrativos, legales, societarios, ambientales, tributarios y financieros: Este punto es fundamental para cualquier proyecto que quiera formalizarse como negocio y que comience con sus funciones legalmente. Se deben conocer las normativas vigentes dentro del marco legal, para no caer en lagunas administrativas y financieras, considerados delitos sobre todo tributarios.

- Estudio económico y financiero: En este punto convergen todos los anteriores y se analiza si el proyecto es rentable a través de los flujos de caja. Dentro de él, se determina el tipo de moneda, la tasa de descuento y criterios de decisión a utilizar.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

En este capítulo se describirá todo lo relacionado al mercado en donde se pretende introducir el negocio, como la oferta y demanda, segmentación, ubicación del proyecto, etc.

La investigación y estudio de este apartado, se basa principalmente en las bases de datos del ministerio de fomento y turismo de Chile.

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

La empresa ofrecerá servicios de turismo guiado, travesías, clases grupales e individuales que incluyen el equipamiento básico necesario para realizar las actividades los cuales se describirán en esta misma sección. Además, de forma esporádica y como eventos menos frecuentes se ofrecerán actividades recreativas como pilatesSUP, SUPyoga, sonoterapia, meditación Mindfulness, como una variación al SUP tradicional.

Todos los servicios como base traen lo siguiente:

a) Inducción al stand up paddle:

Se realiza una inducción, al usuario para que este tenga nociones básicas de como emplear los elementos y usar las técnicas en las tablas de SUP.

b) Equipamiento básico:

Estos elementos son la base de la pirámide, fundamentales para el buen funcionamiento del servicio, dentro de los cuales se destacan los siguientes:

- Tabla de stand up paddle: Tablas inflables de material PVC, que sirven para avanzar sobre el agua. Estas tablas se inflan a una presión de 1 bar y quedan

rígidas listas para su uso. Al momento de almacenarlas, se pueden desinflar y enrollar reduciendo el espacio necesario para guardarlas.

- Remo: Elemento que sirve para poder avanzar, retroceder y girar con la tabla.
- Traje térmico de neopreno: Se usa como capa protectora cuando las temperaturas ambientales y del agua bajan a niveles no atractivos para los clientes.
- Casco náutico de seguridad: Elemento de seguridad que cubre el cráneo protegiéndolo en caso de caída o choque con algún objeto contundente.
- Chaleco salvavidas: Objeto que sirve para mantener a las personas sobre el agua en caso de caer de la tabla. La idea del chaleco es entregar la sensación de seguridad al usuario en todo momento.
- Botines náuticos: Los botines si bien no se exigen como elemento de seguridad, le da al cliente una mayor sensación de confort.
- Polera de lycra anti-UV con logotipos: La polera servirá para identificar a los clientes de la empresa, ser una barrera protectora ante el calor y la radiación, y por último, sirve para promocionar la marca.

c) Servicio de fotografías y videos:

Este servicio de fotografías es un plus para el proyecto de turismo, sobre todo en estos tiempos de redes sociales, en donde el usuario puede compartir la experiencia inmediatamente después de realizarla en redes sociales como; Instagram, FaceBook, TikTok. La empresa entregará este servicio gratuitamente aprovechando la publicidad que se genera al compartir la experiencia por los clientes.

2.1.1. Travesías

En las travesías lo principal es el uso del equipamiento básico y entender el funcionamiento de la tabla dentro del agua más que en visualizar el entorno y naturaleza que

los rodea. Esta disciplina es de leve a alto esfuerzo físico, por esta razón, requiere un mayor gasto energético por parte del usuario ya que se recorren mayores distancias dentro del agua. Existen servicios de travesías similares en la industria, como las travesías y pesca en kayak, su mayor diferencia es que el kayak ofrece solo a una posición corporal (ir sentado). En cambio, el stand up paddle deja libre el cuerpo de la persona para que pueda realizar diversos movimientos sobre la tabla, transformándose en una plataforma que acepta múltiples posiciones corporales.

Fuente: Imagen extraída de Instagram: Quintasup

Figura 2-1. Turismo sobre tabla stand up paddle.

2.1.2. Turismo guiado

El Turismo guiado consiste en ofrecer a los clientes una experiencia que mezcla estar inmerso en un ambiente acuático sobre las tablas de SUP, con las bondades de la naturaleza que los rodea. Dentro del Tranque La Luz, se pueden encontrar una variada gama de especies de flora y fauna llamativa para los visitantes. El encuentro con estas especies genera una conexión entre el participante y la naturaleza, manteniendo la distancia para no interrumpir el ciclo natural de los animales.

Este tipo de turismo es apto para todas las edades y condiciones físicas. No es necesario ser un experto en la disciplina para disfrutar de la experiencia y se puede catalogar con un esfuerzo físico moderado.

Fuente: Imagen extraída de Instagram: Biodiversidad_Placilla

Figura 2-2. Fauna alrededores del Tranque La Luz.

En la Figura 2-2, se distinguen distintas especies de animales que habitan dentro y alrededor del Tranque La Luz. Se nombran de izquierda a derecha; Tagua Andina, Chuncho, Cisne de Cuello Negro, Zorro y Garza Cuca.

2.1.3. Clases grupales e individuales

Este servicio consiste en entregar tanto equipamiento como conocimientos técnicos y motrices de la disciplina del SUP y va dirigida a todas las personas que quieran seguir aprendiendo y avanzando como deporte al aire libre. Esta actividad requiere un mayor esfuerzo físico del participante catalogándolo como alto.

2.1.4. Actividades recreativas

Estos servicios vienen a renovar e innovar dentro de la práctica del SUP. Entrega nuevas formas de disfrutar la actividad y la mezcla con disciplinas deportivas. Se destacan pilatesSUP, SUPyoga, sonoterapia, meditación MindFulness. En palabras simples, son una mezcla entre las distintas disciplinas con las tablas de SUP.

Fuente: Imagen extraída de Instagram: Paddle Pilates

Figura 2-3. Actividad Recreativa Pilates SUP.

En la Figura 2-3, se aprecia un trabajo físico multidisciplinario impartido por una profesora certificada de pilates sobre las tablas de stand up paddle.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

En las siguientes subsecciones se utilizaron datos obtenidos de la base de datos del INE y SERNATUR, los que sirven para crear una proyección realista de la demanda dentro de la industria del turismo y recreación.

2.2.1. Análisis de la demanda actual

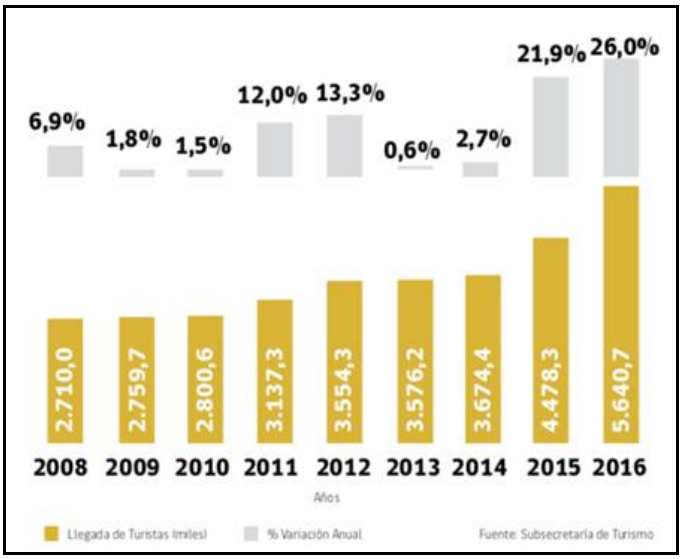
El panorama es auspicioso para los negocios relacionados al turismo, si bien las barreras de entrada son altas, al ingresar al mercado, se puede posicionar de forma rápida experimentando un alto flujo de visitantes, siempre y cuando se preste un servicio de calidad desde el primer momento.

Para identificar la demanda actual y futura se ocuparán datos y estadísticas del Servicio Nacional de Turismo y del INE, con datos relativamente nuevos y precisos por ser instituciones estatales. El gasto anual promedio de los turistas en Chile bordea los 8.500 millones de dólares y se calcula que entre los años 2010 al 2016, la llegada de turistas internacionales se incrementó en un 100%. Más de 2/3 de los turistas provienen de América del Sur, siendo Argentina el país que más aporta con un total aproximado de 2,9 millones de personas anuales. Respecto al turista nacional, el 74% de los hogares son viajeros, pero se muestra una marcada estacionalidad privilegiando la temporada de verano. En cuanto a los motivos de viaje un 63% lo hace por vacaciones y descanso, un 25% por visitas a familiares y amigos, el restante 12% por otros motivos de viaje.[7]

Los intereses de los turistas han ido cambiando durante el paso del tiempo, antes se privilegiaban destinos consolidados, mientras que en la actualidad existe una tendencia creciente por nuevas experiencias en destinos considerados exóticos o que no tengan un desarrollo turístico marcado. Además, se ha experimentado un aumento en el turismo de intereses especiales generando mercados dentro del ecoturismo y el turismo aventura.[8]

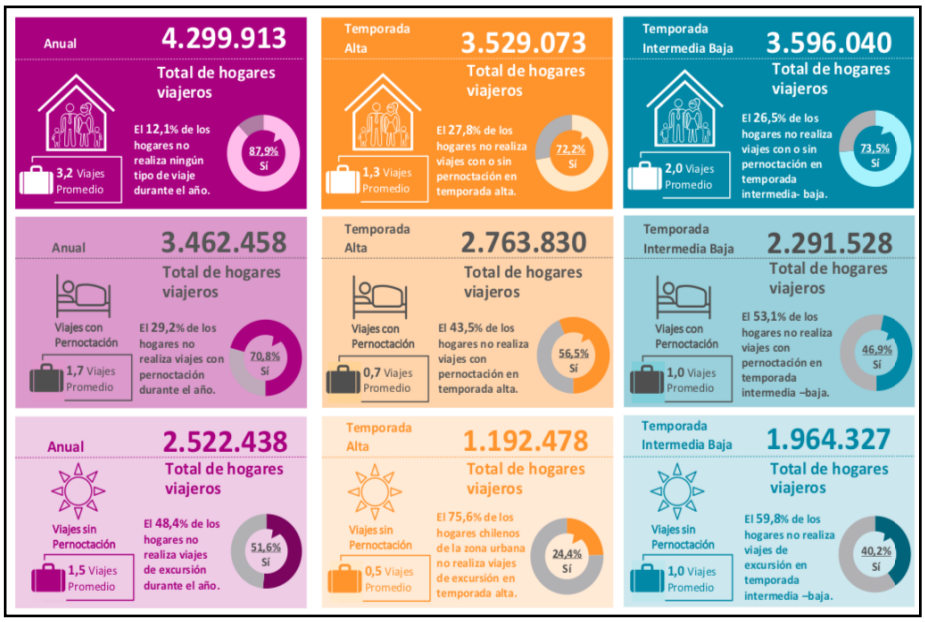
Dentro de los objetivos estratégicos de SERNATUR para el 2020, se pretende posicionar a Chile como un destino de clase mundial, siendo admirado y reconocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de calidad.[9]

[7] Plan especial de infraestructura MOP de apoyo al turismo sustentable a 2030. MOP
[8] Plan especial de infraestructura MOP de apoyo al turismo sustentable a 2030. MOP
[9] Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020. Gobierno de Chile



Fuente: Plan especial de infraestructura MOP de apoyo al turismo sustentable a 2030. MOP

Figura 2-4. Llegada de turistas al territorio chileno.



Fuente: Estudio turismo interno. Departamento de estadística SERNATUR.

Figura 2-5. Movilidad de los hogares en zonas urbanas.

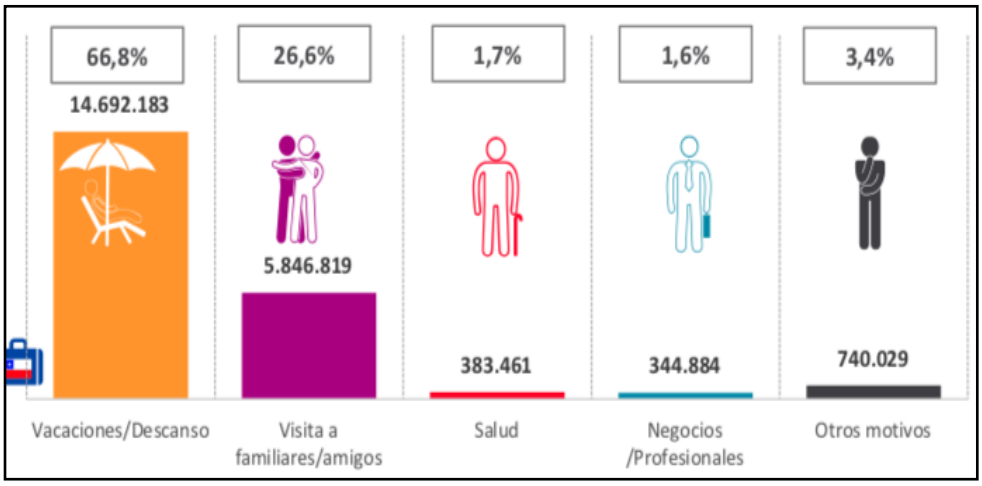
REGIÓN	Viajes RECEPTORES		Viajes EMISORES	
Arica y Parinacota	261.413	1,2%	122.089	0,6%
Tarapacá	571.878	2,6%	602.922	2,7%
Antofagasta	548.156	2,5%	743.476	3,4%
Atacama	507.043	2,3%	477.573	2,2%
Coquimbo	1.688.134	7,7%	751.298	3,4%
Valparaíso	5.207.429	23,7%	2.268.894	10,3%
Metropolitana de Santiago	1.988.170	9,0%	10.033.407	45,6%
Libertador General Bernardo O'Higgins	1.856.745	8,4%	927.494	4,2%
Maule	2.095.906	9,5%	1.113.971	5,1%
Biobío	2.653.271	12,1%	2.547.035	11,6%
La Araucanía	1.701.959	7,7%	849.254	3,9%
Los Ríos	813.695	3,7%	292.906	1,3%
Los Lagos	1.445.967	6,6%	1.059.209	4,8%
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	143.665	0,7%	109.847	0,5%
Magallanes y la Antártica Chilena	219.054	1,0%	108.002	0,5%

Fuente: Estudio turismo interno. Departamento de estadística SERNATUR.

Figura 2-6. Regiones receptoras de turistas.

Como se aprecia en la Figura 2-6, Valparaíso es la Región con mayor recepción de movilidad de turistas provenientes de la Región Metropolitana, quedándose con un 23,7% del total nacional. Dentro de los destinos turísticos que se visitan, se encuentra el Litoral de los Poetas con 2.012.914 personas, en cambio Valparaíso, Viña del Mar y Concón reciben a 1.371.851 personas anualmente. La participación de Placilla de Peñuelas es ínfima, ya que el año 2017 el Lago Peñuelas solo fue visitado por 28.762 personas, mientras que el año 2018 aumento la cifra un 59 %, llegando a 45.836 turistas[10], equivalente al 3,34%. No existen datos relacionados a otros atractivos de la zona, por tratarse de lugares no declarador oficialmente como destinos turísticos.

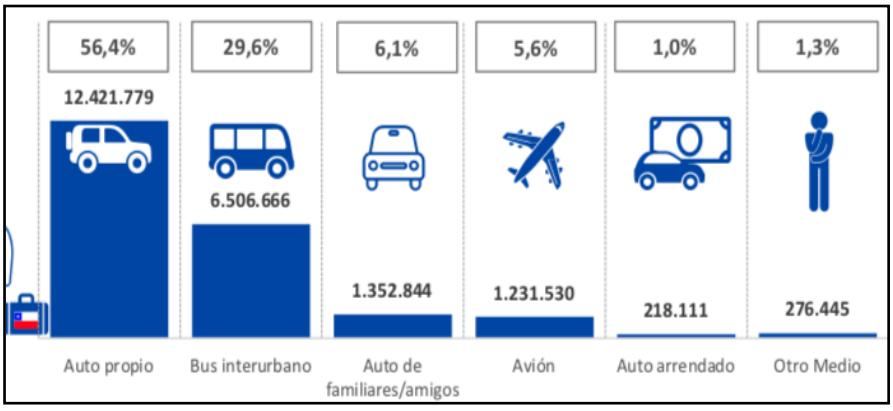
[10] Publicación visitantes Lago Peñuelas. Fuente: página web Conaf.cl



Fuente: Estudio turismo interno. Departamento de estadística SERNATUR.

Figura 2-7. Principales motivos de los viajeros.

Como se aprecia en la Figura 2-7, el 66,8% de los residentes de las zonas urbanas realiza viajes por motivos de vacaciones y descanso, abarcando la Región de Valparaíso el 23,7% del total.



Fuente: Estudio turismo interno. Departamento de Estadística SERNATUR.

Figura 2-8. Principales transportes utilizados en viajes.

Otro punto importante es el tipo de transporte utilizado en los viajes. En la Figura 2-8, se aprecia que el 56,4% utiliza auto propio para transportarse entre regiones.

Con todos los antecedentes recopilados se puede concluir que Placilla de Peñuelas es un punto estratégico para recibir a los visitantes de la Región Metropolitana, por encontrarse emplazado en la principal carretera que la une con la Región de Valparaíso.

2.2.2. Análisis de la demanda futura

Para determinar la demanda futura en primera instancia, se promediará la cantidad de visitantes que tuvo la Región de Valparaíso (Solo incluye las comunas de Valparaíso, Viña del Mar y Concón), desde el año 2015 al 2019[11] (Ver tabla 2-1). Posteriormente, se calculará la participación del turismo aventura a través del porcentaje de personas que han realizado turismo aventura en Chile el cual es del 30%[12].

Tabla 2-1. Llegada de turistas nacionales a la Región de Valparaíso.

Año	Llegada de turistas nacionales Región de Valparaíso	Variación porcentual	Desviación
2015	1.365.456	0,097	-64.936
2016	1.498.295	0,193	67.903
2017	1.787.434	-0,273	357.042
2018	1.299.399	-0,075	-130.993
2019	1.201.374	-	-229.018
TOTAL	**7.151.958**	-	-
PROMEDIO	**1.430.392**	-0,015	**0**

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de Subsecretaría de Turismo

[11] Encuestas EMAT. Fuente: INE
[12] Campaña Turismo Aventura año 2020. Fuente: Subturismo.gob.cl

Se conoce el promedio de visitantes desde el 2015 al 2019 (1.430.392), la variación de visitantes (-0.015) y el porcentaje de personas que han realizado turismo aventura (30%), por lo tanto:

1.430.392*0,3 = 429.117 personas visitan la Región de Valparaíso y realizan turismo de aventura. Como se conoce la cantidad de turistas que llegaron a Placilla el año 2018 (3,34%), se realizará una operación con regla de 3 simple, la que entregará una cifra estimativa de cuantas personas visitan y realizan turismo aventura en este lugar. Esta cifra es proporcional a la cantidad de turistas que realizan turismo aventura en la Región de Valparaíso.

$$x = \frac{b * c}{a}$$

(Fórmula 2-1)

Donde:

- x: Cantidad total de turistas que realizan turismo aventura en Placilla en un año
- b: Porcentaje total de turistas que realizan turismo aventura en Valparaíso
- c: Porcentaje total de visitantes que tubo Placilla de Peñuelas en un año
- a: Cantidad total de turistas que realizan turismo aventura en Valparaíso

Reemplazando en la Fórmula 2-1:

$$\frac{429.117}{100\%} x \frac{x}{3{,}34\%} = 14.332$$

Se concluye que la demanda del año 2018 de turistas que visitan la localidad de Placilla de Peñuelas y realizan turismo aventura es de 14.332.

En la siguiente Tabla 2-2, se muestra la proyección a 5 años de la demanda de visitantes que realizan turismo aventura en la localidad de Placilla realizada por el método de la serie de tiempo, el cual utiliza los valores históricos y la variación porcentual vista en la Tabla 2-1 sobre la llegada de turistas a la Región de Valparaíso la cual es de -0,015%.

Tabla 2-2. Proyección de demanda.

Año	Recepción de turistas en Placilla	Demanda proyecto
2018	14.332	-
2019	14.330	-
2020	14.328	-
2021	14.326	2.865
2022	14.323	3.008
2023	14.321	3.151
2024	14.319	3.294
2025	14.317	3.438

Fuente: Elaboración propia. Datos analizados

En la Tabla 2-2, se aprecia una pequeña disminución de la demanda de visitantes a la zona durante una proyección de 5 años, la cual se puede deber a factores como, atractivos turísticos muy conocidos, nula inversión o innovación dentro de la industria recreativa, mayor oferta en otras regiones, facilidad de trasladarse a otras regiones por avión gracias a la reducción de precios y tiempos de vuelo dentro del territorio nacional. No obstante, el proyecto a raíz de la demanda de turistas y al alza de oferta de prestadores de servicios turísticos inscritos en SERNATUR, el proyecto estima una demanda anual de 2.865 personas al primer año, lo que equivale al 19,9% de la demanda total de visitantes en la localidad de Placilla, aumentando 5% cada año llegando al año 2.025 con 3.438 personas.

2.3. VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

En macroeconomía, existen determinantes establecidas para definir cuales son las variables que afectan la demanda de cualquier producto o servicio. A continuación, se mencionarán los factores más relevantes y como estos determinan la demanda del proyecto.

- Precio: El precio puede afectar directamente la demanda del bien, si este sube puede ocasionar una baja de personas que están dispuestas a pagar por el servicio. Al contrario si el precio baja, la demanda se eleva, pero podría ocasionar una disminución del nivel socioeconómico del consumidor al hacerlo mas accesible.

- Preferencias del consumidor: Es de suma importancia conocer las preferencias del consumidor, si sus gustos cambian la demanda por el servicio a ofrecer disminuirá. Gracias a las redes sociales se pueden analizar de forma instantánea los gustos de los consumidores, si estos cambian, el negocio debe innovar y tratar de cubrir sus nuevos gustos.

- Tamaño poblacional: El negocio se ubica estratégicamente cercano a ciudades densamente pobladas lo que se traduce a una mayor demanda. Si la población disminuye, la cantidad de posibles consumidores se reduce.

- Clima: El clima es un condicionante para las actividades al aire libre. Las estadísticas demuestran que los turistas prefieren salir o vacacionar en temporada de verano cuando el calor es el predominante. La demanda puede caer drásticamente en estación invernal, debido a que los consumidores prefieren quedarse en casa cuando la temperatura baja o la lluvia es la predominante. El negocio pretende incentivar la practica del stand up paddle durante todo el año.

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA

SERNATUR cada año realiza informes acerca de la industria del turismo. Existen estadísticas certeras sobre la oferta que hay dentro de la quinta región. Para determinar esta oferta se comparará la variación que tuvieron los establecimientos que ofrecen servicios de alojamientos registrados en SERNATUR (Ver Tabla 2-3).

Como dato adicional, actualmente existen 180 prestadores de servicios autorizados que imparten turismo aventura en la comuna de Valparaíso. Placilla actualmente no concentra este tipo de prestadores por no poseer destinos turísticos autorizados. Cabe señalar que ha aumentado el número de empresas que prestan servicios de turismo de forma informal.

Tabla 2-3. Cantidad oferta turística Valparaíso.

Año	Servicios de Alojamiento Registrados	Variación Porcentual
2016	957	4,28%
2017	998	24,15%
2018	1.239	7,34%
2019	1.330	-
TOTAL	**4.524**	-
PROMEDIO	**1.131**	11,93%

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de Subsecretaría de Turismo

En la Tabla 2-3, se aprecia un aumento anual de servicios de alojamiento en la región, con una variación porcentual positiva del 11,93%, lo que indica, que existe una tendencia al aumento de la oferta. Se debe señalar que existen servicios de alojamientos a través de plataformas online como Booking o AirBNB que no se encuentran registrados formalmente y no son considerados dentro de las estadísticas. Este crecimiento en los alojamientos formales, indica que las personas visitan y pernoctan en la región, lo que se presenta como una excelente oportunidad para entregar un servicio innovador para recrearse.

2.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

El mercado del turismo experiencial ya muestra tendencias de un alto crecimiento a nivel país, sobre todo al sur, que posee mayores atractivos turísticos. Como se mencionó anteriormente, el potencial turístico de la zona central se basa en la mayor densidad poblacional que en sus atractivos turísticos.

En este punto se analizarán dos conceptos fundamentales para generar ventajas competitivas dentro del mercado al que se desea entrar. Se realizará una matriz de diagnóstico para visualizar de mejor manera las características internas y externas de la empresa. Además, se realizará el modelo de las 5 fuerzas de Porter, el cual busca entregar mayor rentabilidad al negocio examinando la industria. Ambos análisis, se realizan para encontrar las mejores estrategias de negocio y como enfrentar de forma favorable las condiciones del mercado.

2.5.1. Análisis FODA

FODA proviene de las iniciales de fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas, las que se utilizan como una herramienta de planificación estratégica y consiste en realizar un análisis interno revisando las fortalezas y debilidades, y otro externo revisando las oportunidades y amenazas[13].

A) Análisis Interno

Fortalezas

- Marketing de menor costos a través de redes sociales
- Negocio innovador dentro de la industria del turismo
- Servicio de experiencias único en el sector

[13] Análisis FODA de una empresa. Fuente: página web, rankia.cl

- Servicio capaz de complementarse con otras actividades como trekking o senderismo

Debilidades

- Elevada dependencia de los recursos humanos
- Imagen corporativa desconocida
- Alta dependencia del arrendador del local

B) Análisis Externo

Oportunidades

- Nicho de negocio recién en crecimiento
- Generar alianzas estratégicas con otros emprendedores
- Creciente interés por este tipo de actividades
- Territorios donde expandirse en la Región de Valparaíso
- Poca competencia directa

Amenazas

- Nuevos competidores
- Mercado competitivo
- Economía a nivel país inestable
- Incremento del nivel de desempleo

2.5.2. 5 fuerzas de Porter

El modelo de las 5 fuerzas de Porter, constituye una metodología de análisis para investigar acerca de las oportunidades y amenazas en una industria determinada, en función a la estructura del mercado[14].

A) Poder de negociación de los proveedores

El negocio para su funcionamiento diario no requiere insumos o materiales que involucren a proveedores únicos o específicos. Las negociaciones con proveedores solo estarán condicionadas a las inversiones de equipamiento, pero dentro del mercado nacional existe una amplia gama de marcas y proveedores de tablas de SUP, incluso se pueden solicitar a través de páginas por internet a proveedores internacionales. Por consecuencia, el poder de los proveedores es bajo.

B) Poder de negociación de los clientes

A diferencia de los proveedores, el éxito de los servicios de turismo se basa en las opiniones de los clientes. En este caso, ellos tienen las herramientas para disminuir el precio del bien a través de poca o nula concurrencia a la actividad. Por consecuencia, el poder de los clientes es alto.

C) Rivalidad entre competidores

No existe una competencia fuerte en estos mercados de experiencias turísticas, ya que cada uno entrega distintos servicios bien diferenciados sobre todo en relación con el entorno en los que se realizan las actividades. Dentro del turismo en SUP, existen pocas empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad, las cuales están relativamente lejanas a la micro localización escogida. Algunas estrategias de negocio, recalcan la generación de alianzas incluso con competidores directos cuando los mercados están en fase de nicho.

[14] Modelo de las 5 fuerzas de Porter. Fuente: Libro Estrategia Competitiva, autor: Michael E. Porter.

D) Amenazas de los nuevos entrantes

El primer paso para este tipo de negocio es lograr aprovechar la ventaja de comenzar dentro de fase de nicho y tratar de posicionarse ofreciendo un servicio de calidad. Existen barreras de entrada para nuevos actores como; constituir empresa, obtener patente comercial, gastos de inversión, conocimiento específico del tema, seguridad y los riesgos que implica el servicio en sí mismo para los usuarios.

2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES

Los precios por cobrar serán determinados por empresas que ya emprendieron en este mercado. En general el valor por los distintos servicios es idéntico, el que bordea los $15.000 (Ver Tabla, 2-4), con una duración de aproximadamente 1 hora 30 minutos a 2 horas.

Tabla 2-4. Valores turismo de experiencia en SUP.

Empresas	Valor por servicio ($)	Descripción del servicio	Localización
Quinta SUP	15.000	travesías/Tour/Clases	Viña del Mar
Quintero SUP	15.000	travesías/Tour/Clases	Quintero
SUP Sin Fronteras	15.000	travesías/Clases	Quintero
SUP Adventure Concepción	15.000	travesías/Tour/Clases	Concepción
Paddle Pilates	15.000	SUP Pilates	Rancagua
SUP Antofagasta Chile	10.000	travesías/Tour/Clases	Antofagasta
SUP Los Lagos	25.000	travesías/Clases	Los Lagos
SUP Leufu	25.000	travesías/Clases	Valdivia
PROMEDIO	16.875	-	-

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de páginas web.

Para determinar el precio se promediará el valor de 8 empresas ya posicionadas en el mercado nacional. El precio promedio es de $16.875.

Para calcular el valor base a cobrar en los próximos 5 años se utilizará el IPOM de Marzo del Banco Central. Para el 2021 se estima un crecimiento de 3,75%, en cambio para el 2022, se estima un crecimiento del 4%. De acuerdo con el panorama mundial y la recesión que afecta la economía global, se usará una tasa conservadora del 3% para todo el horizonte.

Tabla 2-5. Proyección precio 5 años.

Año	Precio Futuro ($)
2.021	16.875
2.022	21.938
2.023	27.000
2.024	32.063
2.025	37.125

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del Banco Central.

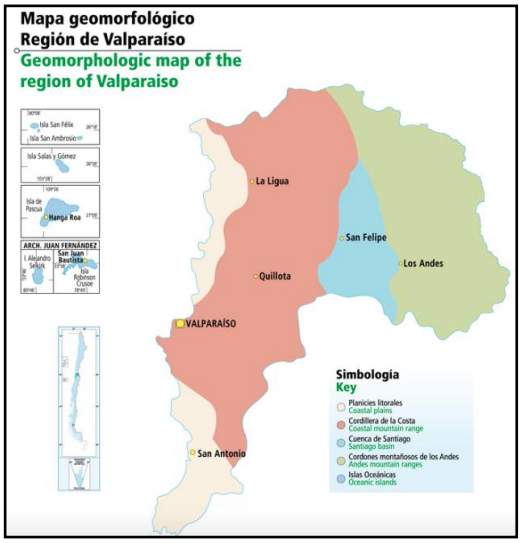
2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

En las siguientes secciones, se define la ubicación geográfica del negocio, la cual es escogida por el potencial natural y por la densidad poblacional a sus alrededores.

2.7.1. Macro localización

La Región de Valparaíso, se sitúa entre los 32º 02' y 33º 57' de latitud sur y entre los meridianos 70° y 72° W. Ubicada en la zona central de Chile, al norte limita con la Región de Coquimbo, al sudeste con la RM, y en su extremo sur con la Región del Libertador General Bernardo O'Higgins; en los límites este y oeste se encuentra referenciada por el límite nacional

con Argentina ubicado en el gran macizo de la Cordillera de Los Andes y por el Océano Pacífico, respectivamente[15]. Posee una superficie de 16.396 Km^2 con un total de habitantes de 1.805.902 según el Censo del 2017, siendo la segunda región más habitada del país. Posee una división de 8 provincias continentales, y dentro de su gobernanza se encuentran el archipiélago de Juan Fernández y la Isla de Pascua, ambas ubicadas en el Océano Pacifico.



Fuente: Portal V Región. Página web: Vregion.cl.

Figura 2-9. Mapa Geomorfológico de la V Región.

2.7.2. Micro localización

La división política administrativa separa a la Región de Valparaíso en 8 provincias incluida la de Isla de Pascua. La Provincia de Valparaíso está dividida en 5 comunas, Juan Fernández, Puchuncaví, Quintero, Valparaíso y Viña del Mar. En la siguiente Tabla 2-6, se muestran los distritos mayormente poblados que conformar la comuna de Valparaíso.

[15] Regiones de Chile. Fuente: Biblioteca Congreso Nacional. Bcn.cl

Tabla 2-6. División político-administrativo Comuna de Valparaíso.

Distrito	Superficie Km^2	Población urbana
Poblaciones Playa Ancha	2,6	20.593
Cerro Santo Domingo	1,5	16.997
Cerro Cordillera	1,7	16.253
Cerro Cárcel	1,9	12.021
Cerro La Florida	4,1	12.451
Cerro Las Ramaditas	5,0	12.786
Waddington	1,1	11.757
Los Placeres	2,2	20.232
Las Zorras	10,2	19.044
Placilla	33,1	34.873
Peñuelas	138,3	4.623
Quebrada Verde	87,0	18.964
Quebrada Phillippi	2,8	22.461
Santos Ossa	7,4	20.809

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del Departamento de geografía. INE

En la Tabla 2-6, se logra apreciar que existe una densidad poblacional, la que se traduce a menor superficie mayor cantidad de habitantes. En cambio, Placilla y Peñuelas en conjunto poseen el mayor territorio con 171,4 Km^2 y una población de 39.496 habitantes. A Raíz de la cantidad de habitantes en estos distritos y la continua expansión inmobiliaria y empresarial, existe un proyecto para transformar a Placilla en una comuna independiente de Valparaíso, la que es impulsada por vecinos, dirigentes sindicales y el Senador de la Republica Ricardo Lagos Weber desde el año 2014[16].

[16] Placilla comuna independiente. Fuente: Universidad de Valparaíso, página web rvl.uv.cl

2.7.2.1. Sector de Peñuelas

En la actualidad (año 2020) viven alrededor de 4.623 habitantes en el sector de Peñuelas, posee 138,3 Km^2 de superficie (Ver Tabla 2-6), por lo tanto, es el sector menos poblado de la comuna de Valparaíso. Se ubica en el Km 95 de la Ruta 68, a 20 minutos de Valparaíso y a menos de una hora de Santiago. Dentro de Peñuelas existe una comisaría de Carabineros de Chile, una escuela que imparte clases de prekínder a octavo básico y una capilla. El mayor atractivo que posee este lugar es el Lago Peñuelas, un embalse artificial construido el año 1845 para alimentar de agua potable al creciente Valparaíso. En la actualidad, el lago y sus alrededores son parte de la Reserva de la Biosfera La Campana-Peñuelas, protegida por decreto de Ley nº 859[17]. Para ingresar al parque se debe cancelar una tarifa de $3.500 adultos y $2.500 adultos mayores y niños (Tarifas para el año 2020), la que da derecho a recorrer distintos senderos en los que se puede apreciar flora y fauna, como cisnes de cuello negro, lagarto chileno, gato colocolo, entre otros. Existe un sector concesionado para la práctica de pesca deportiva, zonas de camping y cabañas, pero está estrictamente prohibido ingresar al lago a bañarse o realizar alguna actividad náutica.

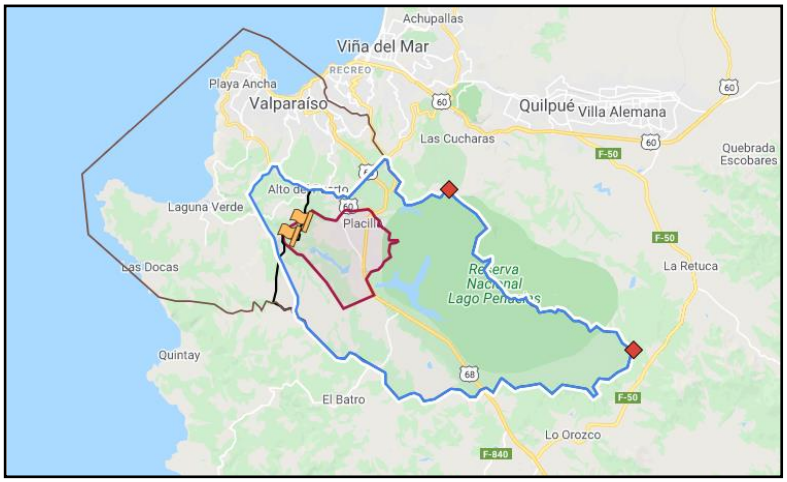
Fuente: Pesca y picnic. Página web: lagopenuelas.cl.

Figura 2-10. Sector picnic Lago Peñuelas.

[17] Información Parque Peñuelas. Fuente: página web conaf.cl

2.7.2.2. Placilla

La localidad de Placilla surge en el centro de la antigua hacienda de las Peñuelas, ubicada a 12 Km de Valparaíso, y se denominó con ese nombre, por constituir un lugar de descanso para los viajeros que transitaban desde Valparaíso a Santiago y viceversa por el camino Real o Caracol inaugurado en el año 1802. Desde el punto de vista climático y geomorfológico, presenta paisajes boscosos, un estero y una red de reservas hídricas como el Tranque Las Cenizas, El Peral, El Salto del agua, todas ubicadas en terrenos de privados y sin acceso público. La actividad económica que mantuvo esta localidad fue ser parte del proceso de exportación e importación del puerto de Valparaíso. Por la poca locomoción y lejanía, Placilla se ha caracterizado por su desarrollo de forma autónoma, con poco apoyo de la comuna de origen Valparaíso. A raíz del poco compromiso de Valparaíso y al gran desarrollo de la localidad, en el año 2014 se realizó un estudio para la creación de la comuna de Placilla de Peñuelas través de la Subsecretaria de Desarrollo Regional, encabezado por el senador de la republica Ricardo Lagos Webber. En este informe se presentan fundamentos técnicos, económicos y sociales que muestran la viabilidad de formar esta nueva comuna[18].



Fuente: googlemaps.com

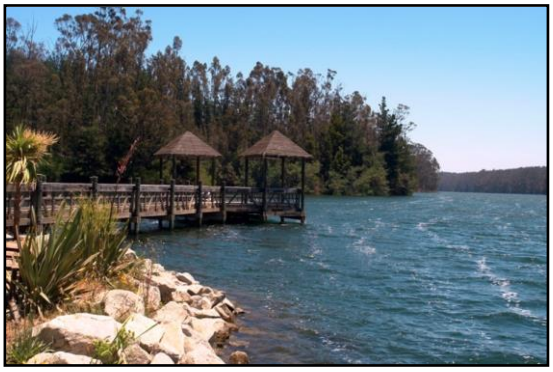
Figura 2-11. Propuesta límites comuna de Placilla de Peñuelas.

[18] Estudio creación comuna de Placilla de Peñuelas. Fuente: lagosweber.cl

En la Figura 2-11, se presenta una proyección de la propuesta presentada para convertir a Placilla de Peñuelas en una comuna autónoma de Valparaíso. El límite rojo representa la actual localidad de Placilla según el plano regulador del año 2004. El límite azul representa los futuros límites de la comuna que abarcan hasta Quilpué y Casablanca.

2.7.2.3. Curauma Placilla

Curauma no es precisamente una localidad, más bien es un diseño urbanístico[19], en donde lo principal fue crear un lugar armonioso aumentando la calidad de vida de sus habitantes. Desde mediados de los años 1990, este lugar se ha caracterizado por recibir la mayor cantidad de proyectos inmobiliarios en Valparaíso, alcanzando una población cercana a los 23.000 habitantes. Curauma es un proyecto urbanístico planificado, en donde el potente crecimiento poblacional a estado acompañado de desarrollo comercial, como el Arauco Outlet Curauma, Supermercados Tottus y Santa Isabel, farmacias, bencineras, colegios, etc. En este sector se ubica el Tranque La Luz, un cuerpo de agua artificial construido en el año 1907. Hoy en día, el Tranque se usa para abastecer a la población aledaña de agua potable y para actividades de remo. Además, recibe a cientos de visitantes que usan el agua para bañarse o realizar excursiones.

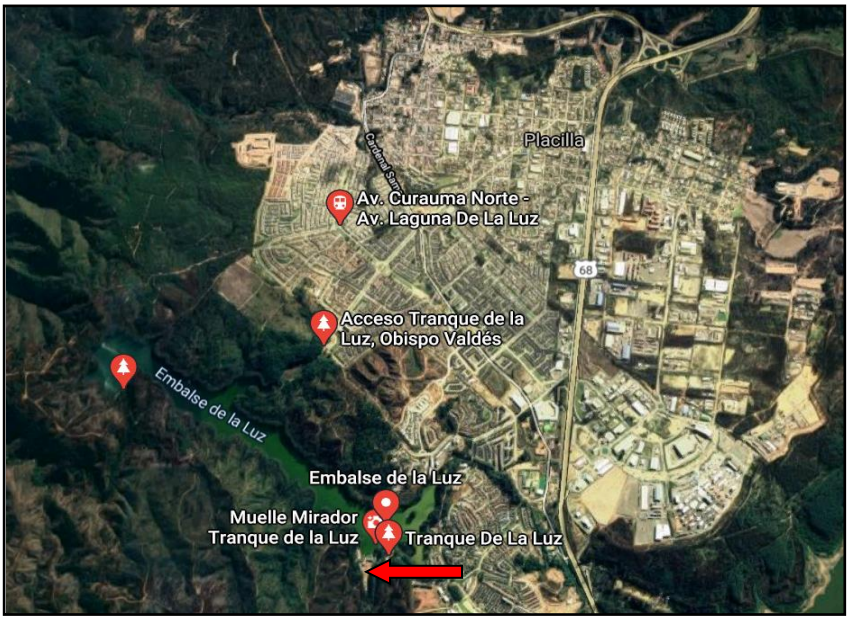


Fuente: conociendochile.com

Figura 2-12. Pérgola Tranque La Luz.

[19] Curauma Placilla; Ubicación, historia y todo lo que necesitas conocer. Fuente: página web: conociendochile.com

En la Figura 2-12, se puede apreciar el potencial turístico del Tranque La Luz, en el cual se realizarán las actividades de stand up paddle. El local se emplazará en la Avenida Borde Laguna en un complejo deportivo privado, el cual posee canchas de tenis, cafetería y gimnasio. Este centro cuenta con un muelle exclusivo con acceso directo al agua. La elección de la ubicación se realiza bajo el método de valorización por factores no cuantificables, en donde los principales factores son; las características físicas del lugar, las características climáticas, la biodiversidad de especies de flora y fauna, y por último la densidad poblacional de las ciudades cercanas.



Fuente: Google Maps

Figura 2-13. Mapa emplazamiento Tranque La Luz.

En la Figura 2-13, se visualiza que el local a instalar (Flecha Roja), queda cercano a los lugares poblados en el que existen supermercados, mall y otros negocios de abastecimiento. Además, se aprecia que cuenta con conexión directa con la Ruta 68, principal camino de conexión entre las regiones más pobladas de Chile.

2.8. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

Los consumidores en la actualidad (Año 2020) con la gran cantidad de información que tienen disponible en la palma de su mano, pueden realizar un estudio de mercado rápido para ver si existen otros atractivos iguales o similares al que se va a ofrecer. Por eso, se deben realizar esfuerzos por generar contenido de calidad para el principal medio masivo que existe hoy en día, el internet. Parte de las estrategias de marketing se deben enfocar en diferenciarse de otros servicios presentando videos y fotografías innovadoras que capten la atención de los posibles clientes a través de sus celulares o computadores.

Para generar una buena estrategia de comercialización se analizarán tácticas de marketing las cuales son las siguientes:

a) Marketing estratégico

Hay que tener presente cuales son las características del cliente que paga por el servicio a ofrecer. La publicidad debe ser dirigida a cierto grupo reducido dentro de la población con gustos y preferencias similares. Si bien, existen negocios más populares que otros, el turismo experiencial es específico y atrae a un tipo de personas con características concretas. A continuación, se definirán las variables para segmentar al público foco.

- Variables demográficas: El turismo de aventura por lo general atrae a personas con un rango de edad de entre 15 a 50 años, por mantener aún un físico acorde a las actividades a realizar. No hay diferenciación en cuanto al sexo, ya que siempre estas actividades son realizadas por grupos y no por personas de forma individual.

- Variable socioeconómica: El negocio está dirigido a un nivel socioeconómico C3 a C1a.

- Variable estilo de Vida: El proyecto capta personas con una mentalidad de cuerpo en movimiento y vida sana, con gustos e intereses sobre la naturaleza y la sustentabilidad de la producción.

b) Marketing Operativo

Estas variables se pueden manejar de forma interna y son la carta principal para posicionarse dentro del mercado.

- Producto: La empresa, la imagen y la publicidad giran en torno al producto de experiencia y llega a satisfacer la necesidad de las personas a obtener vivencias nuevas y únicas, como también ejercitarse y estar inmerso en la naturaleza.

- Precio: El precio del servicio está acorde al promedio del mercado CLP$16.875, pero para hacerlo más competitivo se usará un valor cerrado de CLP$15.000, que según la segmentación de mercado, los potenciales clientes están dispuestos a pagar.

- Plaza: Los canales de venta serán a través de internet y por horarios, ofreciendo ofertas por cantidad de clientes y por pagos anticipados. Se prevé una rotación de clientes entre 2 horas 30 minutos a 3 horas, desde que llega al local hasta que se retiran.

- Promoción: La promoción y la táctica de publicidad se enfocará principalmente en las redes sociales masivas, segmentando en estas a los potenciales clientes. El enfoque de la publicidad se hará a la vivencia y conexión con la naturaleza siempre con miras a la sustentabilidad de los entornos.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA.

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

En este apartado se describen elementos técnicos para el correcto funcionamiento de la empresa. Se llevará a cabo una investigación sobre los componentes que mejor se adapten a cada proceso.

3.1. DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS

El proceso parte con el contacto de los clientes a través de medios digitales y termina hasta finalizar la actividad de forma física.

- Reserva de servicio

  La reserva de los distintos servicios se realizará a través de página web con horarios ya establecidos, para no sobrepasar la cantidad máxima de cupos disponibles por turnos. Para reservar, se deberá cancelar el valor total del servicio. En caso de que el cliente no asista el abono no es reembolsable.

Fuente: Página web: quintasup.setmore.com

Figura 3-1. Ejemplo página web con sistema de reservas.

En la Figura 3-1, se muestran distintos horarios disponibles para realizar la actividad, esto logra planificar y gestionar de mejor manera los recursos tangibles.

- Elección de servicio

  El cliente tiene la posibilidad de elegir entre tres servicios a través de la página web o redes sociales, posterior a la selección se deberá cancelar.

- Pago del servicio

  El pago se realizará de dos maneras, una física y otra digital. La primera aceptará efectivo, tarjetas de débito y crédito, mientras que la segunda aceptará transferencias y tarjetas.

- Recepción de clientes

  Los clientes serán recibidos y confirmados en la sala de estar, se les proporcionará indumentaria para la actividad, la que se pueden colocar en la misma sala o camarines

- Inducción

  En la inducción se describe el equipamiento, su uso dentro del agua y todo lo relacionado con la actividad para que el usuario tenga una mejor experiencia de servicio.

- Entrada al agua

  Se entra al agua a través del muelle con ayuda del instructor y salvavidas, para después dirigirse a las zonas de práctica. Para no provocar instancias de riesgo por manipulación de las tablas, cada una es posicionada con anterioridad en el muelle y cada cliente se pone en frente de las tablas, así se mantiene el orden en el mismo.

Fuente: Instagram Quintasup

Figura 3-2. Tablas y remos posicionados en el muelle.

- Realización del servicio seleccionado

El servicio depende de la elección del cliente. Se entregan 3 variedades de servicio para tener una mayor gama de selección.

- Entrega de equipamiento

Al momento de retornar al local después de la entrada al agua, el cliente debe entregar todo el equipamiento que se le facilito.

- Limpieza y orden de equipamiento

Esta labor le corresponde al júnior, lo principal de este proceso es mantener todo el equipamiento listo y disponible en cada turno.

- Entrega de fotografías y videos

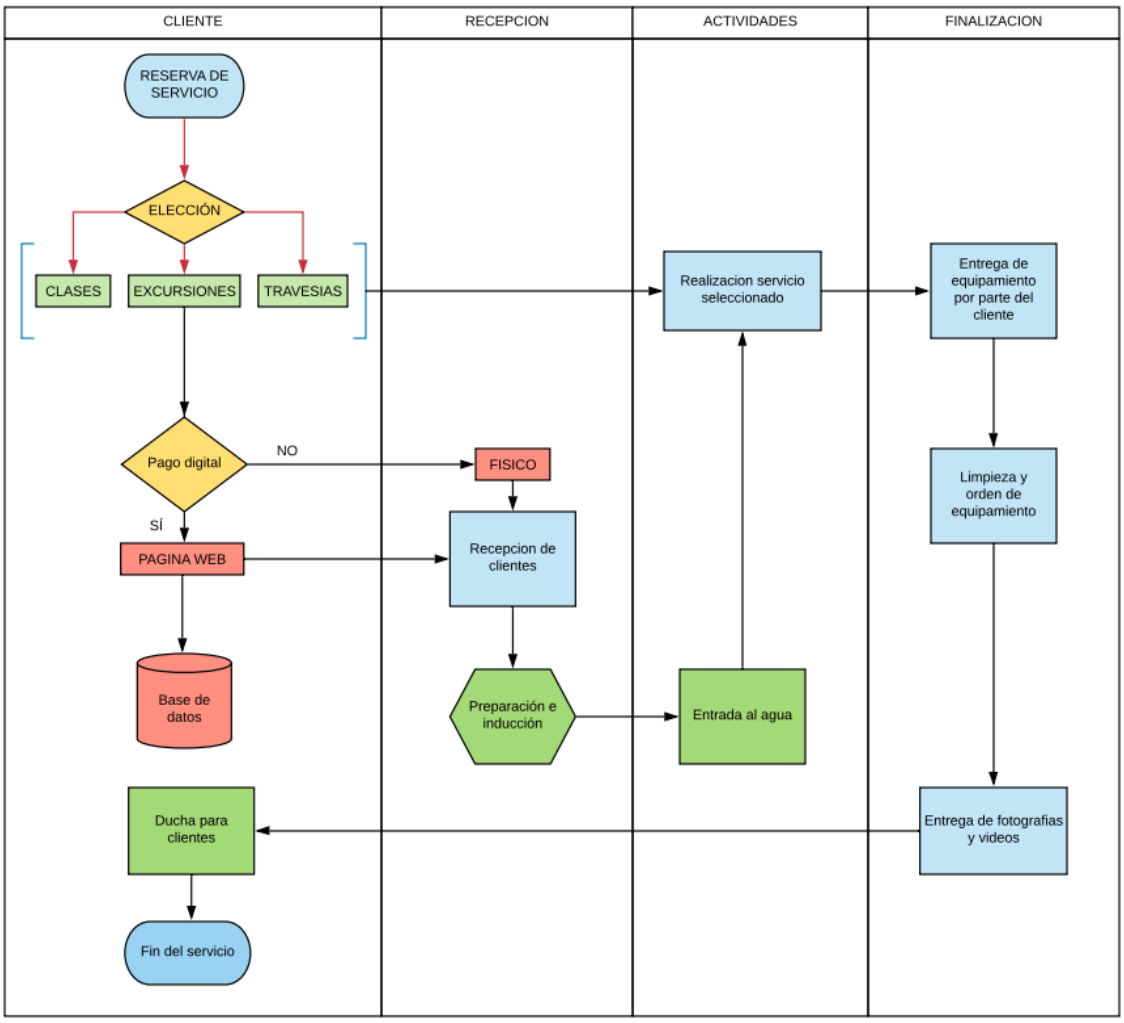
En todo momento se realizarán fotografías y videos de la experiencia para que los clientes puedan revivir el momento.

- Ducha de clientes

Ducharse es dedición de cada cliente, pero por parte de la empresa se considera tener habilitadas duchas para mantener estándares de calidad.

3.2. DIAGRAMA DE FLUJO

El diagrama de flujo dispone gráficamente los pasos que intervienen en el proceso del servicio a entregar. En la Figura 3-3, se presenta el diagrama de flujo del servicio, el cual comienza con la reserva del cliente.



Fuente: Creación propia, realizado en www.ludic.app.

Figura 3-3. Diagrama de flujo del servicio sobre tablas de stand up paddle.

La Figura 3-3, proporciona un proceso por áreas en donde el cliente comienza y finaliza el servicio. Con este flujo, se genera un orden y un estándar de servicio que se replica a todos los clientes que lo consumen, así no se crean tiempos muertos o situaciones indeseadas que dañen la imagen del negocio.

3.3. BALANCE DE MASA Y ENERGÍA

N/A.

3.4. SELECCIÓN DE EQUIPOS

Se priorizará la compra de equipamiento de marcas nacionales para crear alianzas estratégicas, potenciando ambos negocios a través de la publicidad, logrando crecer dentro del mercado.

Para un mayor orden se crean categorías de los activos a comprar de la siguiente manera:

3.4.1. Categoría actividades

Elementos directamente relacionados a la actividad turística

A) Tablas de stand up paddle

- Marca: Nomade Sports (Marca chilena)
- Modelo: NomadeRoots
- Descripción: Tablas inflables, con buena relación precio-calidad, ideales para iniciar el negocio. Incluyen remos y quillas.
- Características técnicas: Largo 2,91 m, ancho 0,8 m, alto 0,015 m, Vol. de aire 220 litros.

Fuente: www.nomadesport.cl

Figura 3-5. Tabla de stand up paddle marca NomadeRoots.

B) Trajes de neopreno

- Marca: Stoked (Marca chilena)
- Modelo: G1
- Descripción: Traje básico de material neopreno. Tallas y modelos para hombres y mujeres desde 8 hasta XXL.
- Características técnicas: Espesor 4/3 mm, semi sellado y con cierre posterior.

Fuente: www.Stoked.cl

Figura 3-6. Traje de surf modelo G1.

C) Chalecos salvavidas

- Marca: Kayakchile (Marca chilena)
- Modelo: Regular
- Descripción: Chalecos de salvavidas básicos, ideales para la actividad, con tres colores disponibles, rojo, amarillo y azul. Tallas para niños hasta XXL. Son unisex.
- Características técnicas: Material de Nylon con cintas reflectantes.

Fuente: www.kayakchile.cl

Figura 3-7. Chaleco salvavidas regular.

D) Cascos Náuticos

- Marca: Dinarime (Marca chilena)
- Modelo: Kayak
- Descripción: Cascos náuticos disponibles en colores rojo, rosado, amarillo, azul, negro y blanco. Tallas S a L. Son unisex.
- Características técnicas: Son acolchados y resistentes. Tienen broche de seguridad.

Fuente: www.dimarine.cl

Figura 3-8. Casco de seguridad náutica.

En la Figura 3-8, se muestra el casco que deben usar todos los clientes. El uso de este elemento al igual que el chaleco salvavidas es exigido por SERNATUR, siendo registrados para obtener los permisos correspondientes en tal entidad gubernamental.

E) Cámara acuática

- Marca: Gopro
- Modelo: 8 Black
- Descripción: Cámara resistente al agua de última generación.
- Características técnicas: Tasa de refresco 100 mbps, grabación en 4K.

Fuente: Ripley.cl

Figura 3-9. Cámara deportiva acuática.

F) Poleras lycra

- Marca: Dryfit
- Modelo: Básicas, manga larga.
- Descripción: Poleras protectoras contra la radiación UV. Incluyen logotipo institucional para identificación. En el mercado existe disponibilidad de variados colores y tallas.
- Características técnicas: Material lycra.

Fuente: www.surf3.es

Figura 3-10. Polera anti-UV.

En la Figura 3-10, se aprecia una polera típica manga larga con protección UV y de color llamativo. Este elemento no se exige por parte de las autoridades y su función es identificar a los clientes que están realizando el servicio con la empresa.

G) Botiquín

- Marca: RedCode
- Modelo: 25 personas
- Descripción: Botiquín con elementos de primeros auxilios. En caso de ocurrir algún accidente, actuar de forma rápida hasta que llegue la ayuda profesional.
- Características técnicas: Incluye suero fisiológico, suturas, bandejas de curación desechables estériles, limpiador de heridas, manta de rescate, vendas, etc.

Fuente: www.tubotiquin.cl

Figura 3-11. Botiquín primeros auxilios.

En la Figura 3-11, se visualiza un botiquín de primeros auxilios, elemento que se debe adquirir de forma obligatoria para poder funcionar. En su interior se encuentran elementos como tijeras, gasa, yodo, alcohol, parche curitas, vendas, manta de supervivencia y suero fisiológico.

3.4.2. Categoría administrativa

Elementos netamente para gestión y confort de los clientes.

A) Notebook

- Marca: Lenovo
- Modelo: Ideapad S145
- Descripción: Notebook gama media ideal para utilizarlo con programas office.
- Características técnicas: Procesador Intel Core I3, pantalla 14” 4 GB de RAM.

Fuente: www.falabella.cl

Figura 3-12. Notebook Lenovo Ideapad.

B) Celular

- Marca: Huawei
- Modelo: P30 Lite
- Descripción: Celular gama media para recibir llamados y uso de redes sociales.
- Características técnicas: Cámara Principal 40 MP, memoria interna 128 GB.

Fuente: www.falabella.cl

Figura 3-13. Celular Huawei P30.

C) Terraza y sillones

- Marca: N/A
- Modelo: N/A
- Descripción: Terraza y sillones de madera fabricados con pallet reutilizados con cojines para mayor comodidad.
- Características técnicas: Mobiliario reutilizado de madera.

Fuente: www.mercadolibre.cl

Figura 3-14. Mobiliario fabricado de pallet.

D) Escritorio

- Marca: Escritorio reutilizado
- Modelo: N/A
- Descripción: Escritorio reutilizado fabricado con pallet de madera
- Características técnicas: Mobiliario reutilizado.

Fuente: www.mercadolibre.cl

Figura 3-15. Escritorio fabricado de pallet.

3.4.3. Categoría logística y bodegaje

Adquisición para mantener y trasladar los activos a adquirir.

A) Vehículo de carga

- Marca: Ram
- Modelo: V700 RAPID
- Descripción: Furgón ideal para trasladar insumos o materiales.
- Características técnicas: Capacidad de carga 650 kg, Vol. de carga 3,1 m^3, motor de 1.4 l.

Fuente: www.ramlatam.com

Figura 3-16. Furgón RAM V700.

B) Bodega

- Marca: Contenedores Patagonia
- Modelo: Marítimo de 20 pies
- Descripción: Contenedor para almacenar y proteger los tangibles de la empresa.
- Características técnicas: Metálico, dimensiones 6 x 2,44 x 2,59 metros.

Fuente: www.contenedorespatagonia.cl

Figura 3-17. Contenedor marítimo 20 pies.

3.4.4. Resumen de activos

En la siguiente Tabla 3-1, se resumen los activos a comprar con sus respectivos costos.

Tabla 3-1. Equipamiento por adquirir.

ITEM	EQUIPO	CANTIDAD	VALOR UN. ($)	VALOR TOTAL ($)	VALOR UN. (UF)	TOTAL (UF)
1	Tablas de SUP	10	242.991	2.429.910	8,46	84,60
2	Trajes	10	84.520	845.200	2,94	29,43
3	Chalecos salvavidas	10	12.000	120.000	0,42	4,18
4	Cascos náuticos	10	21.000	210.000	0,73	7,31
5	Cámara acuática	1	300.000	300.000	10,44	10,44
6	Poleras licra	20	6.200	124.000	0,22	4,32
7	Botiquín	1	26.000	26.000	0,91	0,91
8	Notebook	1	400.000	400.000	13,93	13,93
9	Celular	1	240.000	240.000	8,36	8,36
10	Sillón y terraza	1	480.000	480.000	16,71	16,71
11	Escritorio	1	90.000	90.000	3,13	3,13
12	Furgón	1	7.000.000	7.000.000	243,72	243,72
13	Contenedor	1	1.300.000	1.300.000	45,26	45,26
TOTAL				**13.565.110**		**472,29**

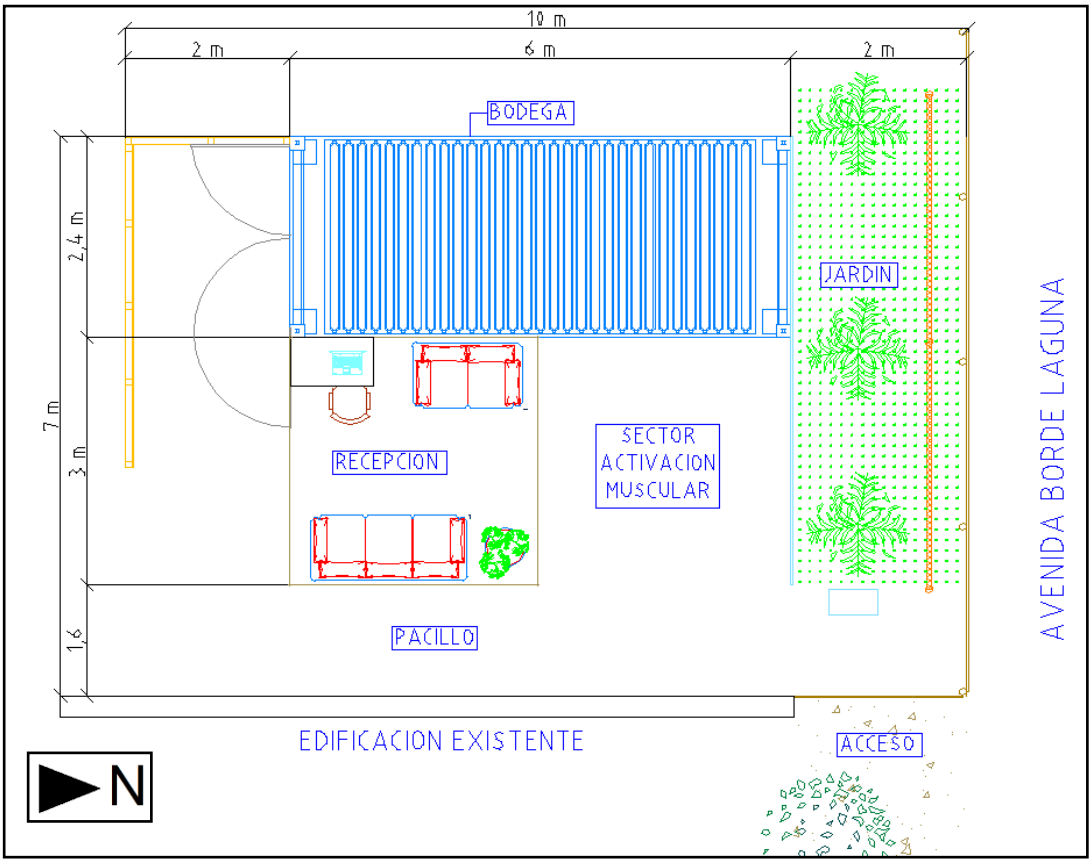
Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de proveedores.

3.5. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS

No se consideran proyectos complementarios en la etapa inicial del negocio. A medida de ir posicionándose en el mercado, se incluirán otros destinos y actividades complementarias a la principal del stand up paddle.

3.6. LAY OUT

El local se emplazará en Avenida Borde Laguna 010, en Curauma, Placilla. Este local contará con sector de recepción que tendrá una terraza y sillones de madera. La bodega será un contenedor marítimo de 6 m de largo. Además, tendrá una zona de activación muscular para los clientes que esperan su turno. En total se utilizarán 70 m^2 de terreno. El valor del arriendo mensual haciende a la suma de $420.000 (14,62 UF).



Fuente: Elaboración propia por medio de Software AutoCAD.

Figura 3-18. Layout de la empresa.

En la Figura 3-18, se presenta la configuración del local, en donde se visualiza que el acceso y salida esta cercano a la calle principal. El contenedor aparte de almacenar los activos forma una división convirtiendo al local en un lugar más seguro y protegido.

3.7. DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS

Por tratarse de una empresa que presta servicios, los insumos presentan un gasto irrelevante para la inversión inicial. En la Tabla 3-2, se unifican los insumos de administración, funcionales y de aseo por no presentar un costo relevante de la inversión inicial.

Tabla 3-2. Costos por insumos.

Insumo	Cant. Mensual	Valor unitario		Valor mensual		Valor anual	
		$	UF	$	UF	$	UF
Lápiz pasta azul	2	291	0,01	582	0,02	6.984	0,24
Confort	14	250	0,01	3.500	0,12	42.000	1,46
Paño multiuso	4	1.000	0,03	4.000	0,14	48.000	1,67
Cloro 5 L	1	3.100	0,11	3.100	0,11	37.200	1,30
Jabón 1 L	4	1.000	0,03	4.000	0,14	48.000	1,67
Bidón de agua 20 L	8	3.400	0,12	27.200	0,95	326.400	11,36
Bidón amonio cuaternario 5 L	1	9.500	0,33	9.500	0,33	114.000	3,97
Alcohol gel 1 L	3	13.920	0,48	41.760	1,45	501.120	17,45
Toalla jumbo	10	819	0,03	8.190	0,29	98.280	3,42
Bloqueador solar 1 L	3	12.400	0,43	37.200	1,30	446.400	15,54
Desodorante ambiental 360 cc	2	1.200	0,04	2.400	0,08	28.800	1,00
Detergente 3 L	1	3.600	0,13	3.600	0,13	43.200	1,50
TOTAL				145.032	5,05	1.740.384	60,59

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de google shopping.

Como se aprecia en la Tabla 3-2, el costo por insumos es despreciable si lo comparamos con la inversión del equipamiento principal, aunque cada insumo es fundamental para entregar un servicio de calidad.

3.8. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO

Un aspecto importante de este tipo de empresas es la flexibilidad con la que cuentan. Se pueden activar otros servicios relacionados al turismo que no signifiquen volver a invertir, como caminatas o senderismo, avistamiento de aves o animales. Existe la alternativa de cambiar las funciones principales si se fracasa con la inicial.

El rendimiento estará dado por la cantidad de tablas por hora. Por ende, a mayor cantidad de tablas y menor tiempo de uso mayor será la productividad de la empresa, pero para mantener un servicio de calidad, este como mínimo debe tener una hora de funcionamiento, lo que se traduce a que el rendimiento solo se podrá aumentar por la cantidad de tablas disponibles.

3.9. CONSUMOS DE ENERGÍA

Dentro de los costos fijos a considerar, se encuentran los gastos de energía eléctrica, agua potable y combustible. El cálculo se hará en base a 6 días de trabajo a la semana, de martes a domingo de 8 a 18 horas.

Tabla 3-3. Jornada semanal.

Días	Jornada mañana		Colación		Jornada tarde		Cantidad total (h)
	Entrada	Salida	Entrada	Salida	Entrada	Salida	
Lunes	-	-	-	-	-	-	-
Martes	8:00:00	13:00:00	13:00:00	14:00:00	14:00:00	18:00:00	10
Miércoles	8:00:00	13:00:00	13:00:00	14:00:00	14:00:00	18:00:00	10
Jueves	8:00:00	13:00:00	13:00:00	14:00:00	14:00:00	18:00:00	10
Viernes	8:00:00	13:00:00	13:00:00	14:00:00	14:00:00	18:00:00	10
Sábado	8:00:00	13:00:00	13:00:00	14:00:00	14:00:00	18:00:00	10
Domingo	8:00:00	13:00:00	13:00:00	14:00:00	14:00:00	18:00:00	10
Total							60

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio.

Como se aprecia en la Tabla 3-3, la jornada semanal tendrá 54 horas de trabajo más 6 horas de colación lo que contabiliza un total de 60 horas semanales distribuidas en 6 días a la semana.

3.9.1. Consumo energía eléctrica

La electricidad se usará principalmente para mantener los equipos de grabación y de administración. No se consideran otras fuentes de consumo como ampolletas, ya que el local estará abierto y se iluminará con luz del sol. Los servicios terminan antes de que oscurezca y en caso de necesitar un foco, se priorizará uno con carga a través de paneles solares.

Tabla 3-4. Consumo de energía eléctrica.

Equipo	Kw/h *día	Kw/h x mes	Valor Kw/h	Total mensual ($)	Total mensual (UF)
Notebook	2,2	52,9	180	9.522	0,33
Celular	0,2	4,8	180	864	0,03
Cámara acuática	0,4	9,6	180	1.728	0,06
Total	2,8	67,3	540	12.114	0,42

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de proveedores

En la Tabla 3-4, se estima un consumo de energía eléctrica mínima que va de acuerdo con la filosofía de sustentabilidad de la empresa.

3.9.2. Consumo de agua

El local debe tener las condiciones mínimas de higiene y seguridad para el personal, por ende, contará con un inodoro, lavamanos y 2 duchas para los clientes que quieran bañarse después de la experiencia. El lavamanos y duchas no se conectarán directamente al desagüe aprovechando el agua de salida para riego, bajo el concepto de sustentabilidad. El agua también se usará para mantener limpio el equipamiento como poleras y trajes de agua. Se estima un consumo de agua por parte del personal de 50 litros para consumo e higiene. Para mantener

limpio el equipamiento, se estima un consumo diario de 100 L, por último, se estima un consumo de agua por parte de los clientes por día de 200 litros.

El uso del baño y duchas están incluidos dentro del valor mensual de arriendo.

Tabla 3-5. Consumo de agua.

Equipo	L/día	L/mes	m^3/mes	Valor m^3 ($)	Valor total ($)
W.C	100	2.400	2,4	2.636	6.326
Lavamanos	60	1.440	1,44	2.636	3.796
Poleras	40	960	0,96	2.636	2.531
Trajes de agua	100	2.400	2,4	2.636	6.326
Agua purificada	40	960	0,96	2.636	2.531
Total	200	4.800	4,8	7.908	12.653

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del portal Esval.cl

Como se aprecia en la Tabla 3-5, el consumo de agua no representa un mayor costo, aunque igualmente, se pretende reducir al mínimo el gasto por las sequias que afectan la zona central en los últimos años.

3.9.3. Otros consumos

Dentro de los costos mensuales se deben considerar los gastos asociados a telefonía e internet. Se contratará un plan empresa de la compañía WOM, con un valor mensual de $11.990 (0,41 UF), el cual incluye 2.000 minutos en llamadas nacionales, 40 GB de navegación y redes sociales libres.

El furgón se usará de forma esporádica, en casos en que haga falta algún insumo o se requiera renovar algún equipo en mal estado. El rendimiento de la camioneta seleccionada es de 14 km/litro. Se estima que diariamente se conducirá 100 km semanales. El precio de la bencina de 93 octanos en Valparaíso al día 15 de noviembre del 2020, es de $711. Por lo tanto, mensualmente se gastarán 30 litros aprox. para movilizarse, con un costo total de $21.330 (0,74 UF). Además, se estiman costos asociados al uso de autopistas por $20.000 mensual (0,69 UF).

Se consideran costos de mantención de página web con un presupuesto mensual de $80.000 (2,79 UF) que incluye administración y pago de publicidad por redes sociales. Por último, se tiene el costo de contabilidad asociados a la administración dentro del sitio del SII con un valor mensual de $50.000 (1,74 UF), el cual se externaliza.

3.10. PROGRAMAS DE TRABAJO; TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL

La empresa atenderá a público de martes a domingo en horarios entre las 8:00 a 18:00, con una hora de colación de las 13:00 a 14:00, momento en que disminuye la frecuencia de clientes por ser horario habitual de almuerzo de las familias. Solo el administrador tendrá un contrato de jornada completa de 45 horas semanales de martes a sábado de 8:00 a 18:00. Para los otros cargos se optará en formalizar con contratos de jornada reducida de 30 horas, que están regulados al igual que los de jornada completa por el código del trabajo.

La jornada laboral queda de la siguiente manera:

- De martes a domingo: Jornada de 8:00 a 18:00 con una hora de colación.

Dentro de los gastos que se incurren al tener personal solo se tienen los de vestimenta corporativa.

Tabla 3-6. Gastos para el personal.

Vestimenta	Valor un. ($)	Cant. Anual	Valor anual ($)	Valor anual (UF)
Poleras con logo	6.900	4	27.600	0,96
Polerón con logo	13.890	2	27.780	0,97
Jockey con logo	8.000	2	16.000	0,56
short	6.000	4	24.000	0,84
Pantalón	7.400	12	88.800	3,09
TOTAL	42.190	24	184.180	6,41

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de proveedores

En la Tabla 3-6, se puede apreciar el gasto de 6,41 UF por vestimenta corporativa para 1 persona de forma anual.

3.11. PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS

La empresa funcionará con puestos claves priorizando los funcionales más que los administrativos los cuales se cubrirán con servicios externos como la contabilidad, marketing y aspectos legales.

A continuación, se enlistan los cargos con sus respectivos perfiles y sueldos.

A) Administrador

- Puestos a cubrir: 1
- Tipo de jornada: Jornada completa 45 horas semanales
- Cargo: Administración general
- Perfil: Ingeniero en gestión industrial, administración o carrera a fin
- Funciones: Velar por el correcto funcionamiento de la empresa, encargado de stock de insumos, de administrar turnos y reservas.
- Sueldo bruto: $900.000

B) Instructor

- Puestos a cubrir: 2
- Tipo de jornada: Jornada parcial 30 horas semanales
- Cargo: Instructor de stand up paddle
- Perfil: Profesor de educación física, Preparador físico o carrera a fin.
- Funciones: Condicionar y acompañar a los clientes dentro de cada turno, entregando conceptos y conocimientos acerca de la motricidad y anatomía del cuerpo humano.
- Sueldo bruto: $350.000

C) Salvavidas

- Puestos a cubrir: 1
- Tipo de jornada: Jornada parcial 30 horas semanales
- Cargo: Salvavidas
- Perfil: Salvavidas certificado por alguna entidad, profesor de educación o preparador físico con cursos aprobados de natación y primeros auxilios.
- Funciones: Resguardar en todo momento las actividades dentro del agua para mantener la seguridad.
- Sueldo bruto: $200.000

D) Junior

- Puestos a cubrir: 2
- Tipo de jornada: Jornada parcial 30 horas semanales
- Cargo: Junior
- Perfil: Graduado de cuarto medio o estudiante técnico o universitario.
- Funciones: Mantener las instalaciones y el equipamiento en orden, limpio y sanitizado en todo momento.
- Sueldo bruto: $150.000

A continuación, se muestra el cuadro de resumen de los empleos a generar por la empresa.

Tabla 3-7. Sueldos del personal.

Cargo	Cant.	Sueldo mensual ($)	Sueldo mensual (UF)	Sueldo anual ($)	Sueldo anual (UF)
Administrador	1	900.000	31,33	10.800.000	376,02
Instructor	2	700.000	24,37	8.400.000	292,46
Salvavidas	1	200.000	6,96	2.400.000	83,56
Junior	2	300.000	10,44	3.600.000	125,34
TOTAL	6	2.100.000	73,11	25.200.000	877,38

Fuente: Elaboración propia. Datos sección anterior.

La Tabla 3-7, muestra los costos asociados a pago de remuneraciones para los distintos cargos a mantener en la empresa de forma mensual y de forma anual. El total anual es de $25.200.000 (877,38 UF) sin contabilizar horas extras, gratificaciones ni bonos.

3.12. INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES

Todas las inversiones relacionadas a equipos e infraestructura para el correcto funcionamiento de la empresa fueron detalladas en el punto 3.4.6. A continuación en la Tabla 3-8, se realiza un resumen con las cantidades totales de los elementos a adquirir.

Tabla 3-8. Cantidad de elementos a adquirir.

ITEM	EQUIPO	CANTIDAD
1	Tablas	10
2	Trajes	10
3	Chalecos salvavidas	10
4	Cascos náuticos	10
5	Cámara acuática	1
6	Poleras licra	20
7	Botiquín	1
8	Notebook	1
9	Celular	1
10	Sillón y terraza	1
11	Escritorio	1
12	Furgón	1
13	Contenedor	1

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del punto 3.4. selección de equipos.

En la Tabla 3-8, se mencionan todos los equipos e infraestructura a comprar para comenzar con el servicio turístico de stand up paddle, pensando siempre en la comodidad y satisfacción del cliente.

3.13. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

Para calcular la inversión en capital de trabajo se usará el método del Déficit Máximo Acumulado, el cual se calcula mediante la diferencia entre los ingresos y egresos de los primeros 12 meses de funcionamiento. Por lo tanto, primero que todo, se resumirán los ingresos y egresos mensuales que tendrá la empresa en un año corrido.

Tabla 3-9. Egresos mensuales.

Egresos	Clasificación	Costo mensual ($)	Costo mensual (UF)
Sueldos	Costo fijo	2.100.000	73,11
Consumo electricidad	Costo fijo	12.114	0,42
Consumo agua potable	Costo fijo	12.652	0,44
Telefonía e internet	Costo fijo	11.990	0,42
Arriendo de local	Costo fijo	420.000	14,62
Marketing y publicidad	Costo fijo	80.000	2,79
Contabilidad	Costo fijo	50.000	1,74
Insumos operacionales	Costo variable	145.032	5,05
Consumo de combustible	Costo variable	21.330	0,74
Cobro autopistas	Costo variable	20.000	0,70
TOTAL		2.873.118	100,03

Fuente: Elaboración propia. Datos secciones anteriores.

Para calcular los ingresos se usarán los datos de los puntos 2.2 y 2.4 sobre la oferta y demanda dentro del sector de turismo aventura en Valparaíso. Por lo tanto, por concepto de ingresos mensuales por servicio se obtienen 94 UF a partir de una demanda de 180 personas al primer mes. Se estima un aumento del 5% de captación de clientes nuevos para los próximos 11 meses.

Tabla 3-10. Déficit acumulado de trabajo.

Capital de trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL (UF)
Ingresos	94,0	98,7	103,6	108,8	114,3	120,0	126,0	132,3	138,9	145,8	153,1	160,8	1.496,3
Egresos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1.200,4
Saldo	-6,0	-1,3	3,6	8,8	14,2	19,9	25,9	32,2	38,9	45,8	53,1	60,7	295,9
Saldo acumulado	-6,0	-7,4	-3,7	5,0	19,3	39,2	65,2	97,4	136,3	182,1	235,2	295,9	591,8

Fuente: Elaboración propia. Datos secciones anteriores.

En la Tabla 3-10, se puede apreciar que el déficit máximo acumulado se produce en el mes 2 de iniciadas las actividades con un total de - $211.255 (-7,4 UF). Por lo tanto, para cubrir el capital de trabajo, se requerirá ese monto como mínimo.

3.14. COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Dentro de los costos de instalación y puesta en marcha, están los de acondicionar el terreno para instalar el contenedor marítimo y terraza de madera, y gastos por concepto de creación legal de la empresa.

A continuación, se detallan los puntos a considerar dentro de los costos de instalación y puesta en marcha:

- Acondicionamiento de terreno: Desmalezado y nivelación del terreno para posicionar e instalar el contenedor marítimo y la terraza de madera.
- Obras de izaje:. Posicionamiento y montaje de contenedor marítimo a través de maniobras de izaje.
- Gastos constitución empresa: La constitución de la empresa se externalizará a proveedores dedicados a entregar este tipo de servicio.

Tabla 3-11. Puesta en marcha.

Descripción	Valor un ($)	Valor total ($)	Valor un (UF)	Valor total (UF)
Desmalezado 70 m2	800	56.000	0,03	1,95
Nivelación de terreno m2	1.200	84.000	0,04	2,92
Gravilla 2 m3	15.000	30.000	0,52	1,04
Montaje contenedor marítimo	200.000	200.000	6,96	6,96
Instalación terraza	40.000	40.000	1,39	1,39
Constitución empresa	199.000	199.000	6,93	6,93
TOTAL	456.000	609.000	15,88	21,20

Fuente: Elaboración propia. Datos secciones anteriores.

Como se aprecia en la Tabla 3-11, el costo de instalación y puesta en marcha asciende a la suma de $609.000 (21,20 UF).

3.15. COSTOS DE IMPREVISTOS

Se debe considerar en todo proyecto un gasto sorpresa o que no esté dentro de la planificación inicial. A raíz de aquello, se incluyen estos costos para cubrir las diferencias financieras que pueden desestabilizar el proyecto. Por lo general este tipo de gastos, se calcula como el 10% de la inversión total en activos, la que haciende a $13.5653.110 (472,29 UF), por lo tanto, los costos de imprevistos son de $135.652 (4,72 UF).

3.16 TABLA DE RESUMEN DE INVERSION INICIAL

En la siguiente tabla se resumen los costos vistos en los puntos de este capítulo.

Tabla 3-12. Resumen inversión inicial.

Descripción	Valor (UF)	Valor ($)
Activos fijos	472,29	13.565.113
Puesta en marcha	21,20	608.906
Capital de trabajo	7,4	212.543
Imprevistos	4,72	135.568
TOTAL	505,61	14.522.130

Fuente: Elaboración propia. Datos secciones anteriores.

Por lo tanto, la inversión inicial necesaria para realizar el proyecto es de $14.522.130 (505,61 UF).

CAPÍTULO 4: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

Para el desarrollo de este capítulo, se deben investigar y analizar todos los aspectos legales que conllevan conformar una empresa de turismo en Chile.

4.1. ADMINISTRATIVA

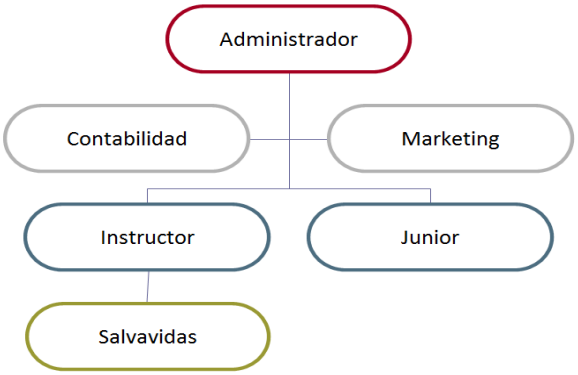
En este apartado se verá la estructura interna de la empresa, como el personal involucrado, cargos, perfiles, entre otros.

4.1.1. Personal

La empresa contará con 6 puestos fijos de trabajo (Ver punto 4.1.2.) 1 con jornada completa y 5 con jornada parcial distribuidos durante la semana. Se externalizarán otros servicios como la contabilidad y publicidad. Como se mencionó en el capítulo 3, la jornada de trabajo comienza a las 8:00 AM y termina a las 18:00 PM de martes a domingo. La empresa estará a cargo del administrador el cual velará por mantener un correcto funcionamiento.

4.1.2. Estructura organizacional

En este punto, se visualizan las interacciones del personal que trabaja en la empresa por medio de una estructura organizacional tipo jerárquica, en la cual el escalafón principal, impartirá hacia abajo la filosofía de la empresa, fomentando la transmisión del mensaje hacia el público. A continuación, en la Figura 4-1, se muestra el organigrama de la empresa.



Fuente: Elaboración propia por medio de Software Excel.

Figura 4-1. Organigrama de la empresa.

Como se mencionó con anterioridad, se externalizará el servicio de contabilidad a empresas especializadas en entregar el servicio a micro y medianas empresas. Del mismo modo que la contabilidad, el marketing y publicidad, se externalizarán a empresas profesionales dedicadas a entregar este tipo de servicio.

4.1.3. Sistemas de información administrativos

Por las funciones y el tipo de empresa que realiza un servicio en el momento, se debe entregar boleta por el mismo inmediatamente al cliente. Al recibir el pago, el administrador lo gestionará a través del software Microsoft Office 365 empresa estándar, que trae aplicaciones como Excel, Project, soporte y herramientas de administración de empresas. Estos programas logran mantener bajo control la gestión empresarial por medio de planillas de sueldos, de stock de insumos, costos diarios y mensuales. Por otro lado, turnos y cancelaciones serán administrados exclusivamente por la página web de la empresa, reduciendo la dependencia del administrador hacia esas labores.

El costo anual para la licencia de este tipo de software es de $114.480 (3,99 UF).

4.1.4. Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos

Los distintos tipos de cargos, los perfiles y sueldos fueron descritos en el punto 3.11. En la Tabla 4-1, se resume lo visto anteriormente.

Tabla 4-1. Resumen cargos de la empresa.

	Cargo			
	Administrador	**Instructor**	**Salvavidas**	**Junior**
Perfil	Ingeniero en administración o comercial	Profesor de educación física o preparador físico	Salvavidas certificado	Graduado de cuarto medio
Funciones	Gestionar y administrar el funcionamiento diario de la empresa	Condicionar física y emocionalmente a los clientes	Resguardar y mantener la seguridad cuando se realizan las actividades	Limpieza y orden del equipamiento e instalaciones
Sueldo	$900.000 Bruto (31,33 UF)	$350.000 Bruto (12,19 UF)	$200.000 Bruto (6,96 UF)	$150.000 bruto (5,22 UF)
Reporta	Dueño o inversionista	Administrador	Instructor	Administrador
Competencias	Trabajo en equipo, proactivo, responsable	Trabajo en equipo, responsable, técnicas de oratorias	Trabajo en equipo, responsable	Responsable, proactivo

Fuente: Elaboración propia.

4.1.5. Gastos en personal

Aparte de las remuneraciones individuales mensuales, cada trabajador recibirá la gratificación legal del 25% de su sueldo base según el artículo 50 del código del trabajo. Además, recibirán 3 bonos anuales de $80.000 (2,79 UF) C/U, el primero en abril, el segundo en septiembre y el último en diciembre. Dentro de los beneficios se incluye el almuerzo.

4.2. ASPECTOS LEGALES

Las micro, pequeñas y medianas empresas en Chile están reguladas por la Ley 20.416 "Empresas de menor tamaño", las que se clasifican así según sus ventas anuales y por la cantidad de trabajadores. A su vez, las empresas turísticas están reguladas por la Ley 20.423 que establece la inscripción de servicios o establecimientos turísticos, con su clasificación y determinación de categoría en el Registro Nacional de Clasificación, el cual exigirá el Servicio Nacional de Turismo.[20]

4.2.1. Marco legal vigente nacional e internacional

Por las estimaciones de la demanda, la empresa comenzará como microempresa en los primeros años de proyección, la cual tiene un tope de ingresos anuales de 2.400 UF. Al masificarse y posicionarse, pasará a ser pequeña empresa, la cual tiene límites de ingresos anuales entre 2.400 a 25.000 UF. Se constituirá como persona jurídica colectiva Spa (Sociedad por Acciones). Este tipo es una simplificación de las sociedades anónimas y la gran diferencia, es que la constitución se puede hacer por un solo socio.

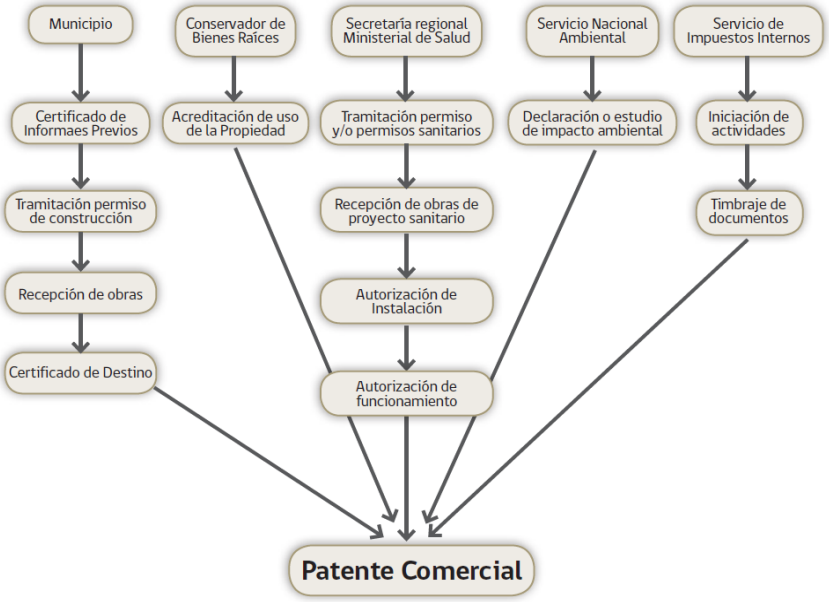
4.2.2. Políticas de desarrollo industrial

No aplica el análisis de este punto por ser una empresa que presta servicios turísticos.

[20] Manual para la formalización de empresas turísticas. Fuente: SERNATUR

4.2.3. Aspectos legales del giro del proyecto

Existen varios factores que logran disminuir o aumentar la cantidad de trámites para formalizar una empresa de turismo. La primera es constituirla, la cual se hará por la página web registodeempresasysociedades.cl, posterior se protocoliza ante notario público.



Fuente: Manual formalización de empresas turísticas.

Figura 4-2. Trámites y permisos municipales.

En la Figura 4-2, se aprecian los trámites generales para solicitar una patente comercial dentro de la municipalidad. Ahora bien, específicamente esta empresa se basa en turismo aventura, por lo tanto, para efectos de aplicar la Ley 20.416 y su reglamento, se deben llenar los siguientes formularios para ser presentados en SERNATUR.

Dentro de los trámites específicos para el turismo aventura se tiene:

A) Obtención patente comercial

- Fotocopia R.U.T. de la Sociedad
- Contrato de Arriendo (Original o fotocopia legalizada)
- Fotocopia de la escritura de la sociedad
- Fotocopia de iniciación y modificaciones de SII
- Informe sanitario (en caso de alimentos, confites, frutas y verduras, y otros)
- Certificado de instalador eléctrico autorizado
- Certificado avalúo N.º del Rol de la propiedad
- Certificado de bomberos y gas (Fuentes de soda, restaurantes y otros)
- 2 fotografías, una de fachada y otra interior del local
- Croquis o planos, con medidas del local
- Declaración de las medidas de la propaganda
- En caso de ser sucursal y tener la casa matriz en otra comuna, solicitar el certificado de distribución de capital propio emitido por la municipalidad
- Indicar el número de trabajadores que laboran

B) Servicio de impuestos internos

- Acreditación de domicilio
- Justificar propiedad de los implementos con los que se realiza la actividad
- Iniciación de actividades
- Timbraje del libro de compra y venta
- Formulario 29 de declaración mensual y pago de impuestos
- Requisitos de personal: Los prestadores de servicios turísticos de turismo aventura deberán contar con personal debidamente capacitado para el desarrollo de cada una de las actividades en terreno.

C) Documentación para presentar en SERNATUR

- Requisitos para la realización de la actividad: Los prestadores de servicio de turismo deben cumplir con los siguientes requisitos mínimos:
  a) Ficha técnica de la actividad
  b) Ficha de inscripción y de aceptación del riesgo de la actividad
  c) Plan de prevención y manejo de riesgos
  d) Plan de respuesta a las emergencias
- Requisitos de equipamiento: Se debe generar lo siguiente:
  a) Requisitos de equipamiento
  b) Plan de mantenimiento de equipos

Al momento de completar todo el proceso de registro en SERNATUR se emite un certificado de forma automática, el cual establece la seriedad y formalidad de la empresa. El trámite no tiene costo y es inmediato.

4.2.4. Incentivos

Como se mencionó en el punto 4.1.5. el personal recibirá una gratificación legal del 25% de su sueldo base y 3 bonos anuales de $80.000 cada uno. Otro incentivo no monetario es tener un ambiente de trabajo sin presión y relajado, ya que el cliente debe sentir que está en un lugar alegre y pacífico.

4.2.5. Aspectos laborales

La relación laboral entre empleado y empleadores privados está regulada por el código del trabajo según Decreto Con Fuerza de Ley 1 " *FIJA EL TEXTO REFUNDIDO, COORDINADO Y SISTEMATIZADO DEL CÓDIGO DEL TRABAJO*". En este código, se describen por ejemplo la protección a las remuneraciones, las jornadas de trabajo, los descansos y feriados, termino de

contrato, protección a los trabajadores, entre otros. Dentro de los aspectos más relevantes de este decreto con fuerza de ley se menciona lo siguiente[21]:

- El contrato de trabajo deberá entregarse por escrito dentro del plazo de 15 días hábiles a contar de la incorporación del trabajador.
- Para efectos de aplicar las leyes laborales el trabajador deberá ser mayor de 18 años.
- El empleador estará obligado a tomar todas las medidas necesarias para proteger la vida y salud de sus trabajadores.
- La duración de la jornada ordinaria de trabajo no excederá las 45 horas semanales.
- Se entiende por jornada extraordinaria la que excede del máximo legal o de la pactada contractualmente si fuese menor.
- Las horas extraordinarias sólo podrán pactarse para atender necesidades o situaciones temporales de la empresa.
- Las horas extraordinarias se pagarán con un recargo del 50% sobre el sueldo convenido.
- La jornada de trabajo se dividirá en dos partes, dejándose entre ellas, a lo menos 30 minutos para colación. Este período no se considera dentro de la jornada diaria.
- Los días domingos y aquellos que la ley declare festivos serán de descanso, salvo respecto de las actividades autorizadas por ley para trabajar en esos días.

4.2.6. Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente

Existen dos costos asociados a cumplir con la legislación actual, los cuales se presentan en la Tabla 4-2. Cabe señalar que ambos costos se externalizan a empresas dedicadas a la tramitación de este tipo de documentos. Se prefiere tercerizar para no caer en incongruencias legales. La obtención de la patente anualmente tiene un costo de 1 UTM.

[21] Código del trabajo DFL 1. Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional, página web: bcn.cl

Tabla 4-2. Costos asociados cumplimiento legal.

Descripción	Costo total ($)	Costo total (UF)
Constitución de empresa	150.000	5,22
Trámite patente comercial	130.000	4,53
Obtención patente comercial	50.000	1,74
TOTAL	330.000	11,49

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de www.emprende.cl

4.3. SOCIETARIA

En este apartado se describe el tipo de sociedad a constituir dentro de las 5 opciones disponibles legalmente.

4.3.1. Relación entre los inversionistas

Se escoge constituir una empresa como sociedad por acciones o spa por la flexibilidad que entrega dentro de su composición, como en la cantidad de socios iniciales partiendo de uno o varios socios. El capital aportado por los socios se emite en acciones, las que pueden ser cedidas o vendidas por cualquier socio dueño de ellas, pueden salir o entrar socios durante la vida de la empresa. Otro punto a favor, es que puede tener varios giros no relacionados, esto quiere decir que la empresa se puede dedicar a varios negocios bajo un mismo Rut jurídico siempre y cuando tengan algo de similitud para el SII.

4.3.2. Estructura societaria

Dentro de la constitución de la personalidad jurídica spa se solicita lo siguiente:[22]

- Razón social: Se refiere al nombre de la empresa, el cual deberá concluir con la expresión "SpA".
- Domicilio tributario: Es el domicilio que se registra en el SII. Además, este domicilio determinará qué sucursal del SII se le asignará a la sociedad.
- Domicio social: Se refiere al lugar donde funcionará la empresa, no es necesario que sea detallado. Completar a lo menos, la ciudad.
- Objeto social: Se refiere a la actividad o rubro a que se dedicará la sociedad. Se admite la posibilidad de contemplar uno o más objetos específicos.
- Capital de la sociedad: Se refiere al fondo común aportado por los socios, dividido en acciones. Las acciones que suscriban los accionistas podrán pagarse en dinero o con otros bienes.
- Duración de la sociedad: Se refiere al tiempo de vigencia de la sociedad. Si nada se indica, se entenderá que la sociedad tendrá duración indefinida.
- Administración de la sociedad: Se refiere a la forma como se ejercerá la administración de la sociedad y se designarán sus representantes, con indicación de quienes la ejercerán provisionalmente, en su caso. Existen tres tipos de alternativas:

    - Directorio
    - Gerente
    - Administración conjunta

El o los socios iniciales deberán llenar los formularios con sus datos personales, la cantidad de capital, cantidad de acciones y plazo de enterar el capital.

[22] Registro de empresas. Fuente: página web www.registrodeempresasysociedades.cl

4.3.3. Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria

Como se mencionó en la sección 4.2.6. tercerizar la constitución de la sociedad tiene un costo de CLP$150.000 que incluye lo siguiente:

- Escritura social de la empresa (dos copias).
- Extracto de la sociedad o empresa (dos copias).
- Inscripción en el Registro de Comercio.
- Publicación en el diario oficial.
- Protocolización de la sociedad.
- Redacción de la Escritura Social.
- Redacción del Extracto de la Sociedad.
- Gastos Notariales.
- Gastos de Inscripción en el Conservador de Bienes Raíces.
- Realización de los trámites de constitución.
- Inicio de Actividades en el Portal del SII.

4.4. TRIBUTARIA

El servicio de impuestos internos es el organismo estatal encargado de percibir y administrar los impuestos, el no pago o conductas maliciosas pueden ser tomadas como delitos tributarios, clausura del local, incluso penas de cárcel.

4.4.1. Sistema tributario

La empresa estará bajo el régimen tributario de primera categoría por tratarse de un contribuyente que genera utilidades comerciales y, además, cada venta que se genere otorga IVA a través de boletas.

a) Rentas del capital y de empresas comerciales

b) Impuesto a las Ventas y Servicios IVA

4.4.2. Mecanismo de determinación de gasto en impuesto

Con la modernización tributaria que se instauró el año 2020 con la ley 21.210, que modifica el código tributario del decreto de ley nº 810, se crearon tres nuevos regímenes para contribuyentes de primera categoría. Se escoge el régimen Pro-Pyme Transparente, enfocado en micro, pequeñas y medianas empresas (Pymes), cuyos propietarios son contribuyentes de impuestos finales (personas naturales con o sin domicilio ni residencia en Chile o bien, personas jurídicas sin domicilio ni residencia en Chile), determina su resultado tributario, como norma general, en base a ingresos percibidos y gastos pagados, estando liberada de llevar contabilidad completa. En este caso la empresa Pyme quedará liberada del Impuesto de Primera Categoría y sus propietarios deberán tributar con sus impuestos finales en base al resultado tributario determinado por la empresa en el mismo año en que éste se genere.[23]

A) El régimen Pro-Pyme transparente tiene las siguientes características

- Propuesta de declaración del SII a la empresa, en base a información del Registro de Compras y Ventas complementable por el contribuyente.
- No aplica corrección monetaria, no practica inventarios.
- Sus existencias o insumos existentes al término del año se reconocen como gasto.
- Aplica depreciación instantánea de su activo fijo.
- Determina base imponible simplificada, según ingresos percibidos y gastos pagados (salvo en caso de operaciones con empresas relacionadas). Incluye retiros o dividendos percibidos por participación en otras empresas.
- Está liberada de mantener los registros de rentas empresariales

[23] Tipos de regímenes 2020. Fuente: Servicio de impuestos internos. www.sii.cl

- Utiliza tasas fijas de PPM.
- Puede acceder a un informe de situación tributaria que le permitirá tener acceso al sistema bancario para obtener financiamiento.

B) Tipo de contabilidad

Queda liberada para efectos tributarios de llevar contabilidad completa. Para el control de sus ingresos y egresos utilizarán el Registro de Compras y Ventas, salvo quienes no se encuentren obligados a llevar ese registro que llevan un registro de ingreso y egreso. Deben llevar un libro de caja.

C) Tributación

La empresa está liberada el IDPC.

Los propietarios deberán tributar con sus impuestos finales en base al resultado tributario (positivo) determinado por la empresa en el mismo ejercicio en que se genere, en base al porcentaje de participación en las utilidades o el capital, según corresponda.

D) Tasa de impuesto de primera categoría

Al estar la empresa liberada del IDPC, no le aplica una tasa de dicho tributo.

E) Tasa PPM

Es de 0,2% en la medida que los ingresos brutos, no excedan de 50.000 UF.

- En el año de inicio del 0,2%.
- Si los ingresos brutos del giro del año anterior no exceden de 50.000 UF es de 0,2%.
- Si los ingresos brutos del giro del año anterior exceden de 50.000 UF es de 0,5%.

F) Registros

No llevan registros empresariales.

4.5. AMBIENTAL

El proyecto entra en la categoría de empresa sustentable con una visión de cuidado del entorno, reciclaje y reutilización de productos ya fabricados. Como parte de la filosofía del proyecto está transmitir estos conceptos a los clientes, los que tienen el mismo pensamiento según la segmentación realizada.

4.5.1. Impacto medio ambiente

Se generarán emisiones mínimas de CO_2 por el vehículo de la empresa, el cual cumple las normas vigentes de emisiones (Sello verde). Se generarán residuos del tipo domiciliario los cuales son gestionados por camión municipal y descargados en vertederos autorizados. En menor medida se impactará con el consumo de agua y electricidad generada y distribuidas por empresas que cobran por el servicio y cumplen con todas las normativas vigentes.

4.5.2. Marco legal vigente

N/A

4.5.3. Análisis de afluentes

N/A

4.5.4. Ajuste a las normas

El proyecto entra en categoría de residuos domiciliarios y cumple con todas las normativas vigentes. Cabe señalar que en Chile no existe una ley de separación de residuos para el reciclaje, pero la empresa realizará esta tarea de forma voluntaria para fomentar el buen manejo de los desperdicios.

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

5. EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

En este capítulo se estudian las distintas alternativas que existen para financiar el proyecto y se presentan los diferentes flujos de caja para evaluar si el proyecto es viable.

5.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

En este punto se presentan las distintas alternativas que existen dentro del mercado para financiar un proyecto a través de la banca tradicional, empresas privadas o fondos concursables que aportan un porcentaje del capital necesario para llevar a cabo el proyecto.

5.1.1. Fuentes de financiamiento

Conseguir financiamiento para un proyecto no es tarea sencilla. Los bancos al igual que otras entidades crediticias rehúsan invertir en potenciales negocios por la falta de aval o de garantías de este. Muchos optan por el financiamiento propio o de familiares.

A continuación, se enlistan las opciones de financiamiento disponibles.

- Banca tradicional: Algunos bancos otorgan créditos si el solicitante tiene buenos antecedentes comerciales.
- Fondos estatales: Existen concursos estatales que financian proyectos desde cero como lo son los fondos SERCOTEC, FOSIS y CORFO.
- Fondos privados: Existen fondos y concursos para financiar proyectos e ideas de negocio a través de cajas de compensación, crowfunding e incubadoras.
- Fondos personales: Muchas veces la única alternativa es recurrir a los ahorros personales para lograr llevar a cabo un proyecto.

Este proyecto será evaluado en los flujos de caja con 4 alternativas distintas:

- Proyecto puro sin financiamiento
- Proyecto con financiamiento del 10%
- Proyecto con financiamiento del 50%
- Proyecto con financiamiento del 75%

5.1.2. Inversionistas

Según los distintos tipos de evaluación financiera y el tipo de sociedad a constituir, los socios pueden convertirse en los inversionistas. Como se mencionó en puntos anteriores, la sociedad puede estar constituida con muchos socios que aporten el total de la inversión (Proyecto puro). La sociedad se puede repartir en partes iguales o dependiendo de los montos individuales que cada socio aporte.

Para los otros tipos de financiamiento, se pueden solicitar préstamos por el capital faltante, completándolo con fondos personales. En conclusión, los inversionistas serían los siguientes:

- 1 o varios socios aportan el 100 % (Financiamiento propio)

- 1 o varios socios aportan el 90 % y el restante lo financia el Banco 10% (10 % de financiamiento)

- 1 o varios socios aportan el 50 % y el restante lo financia el Banco 50% (50 % de financiamiento)

- 1 o varios socios aportan el 25 % y el restante lo financia el Banco 75% (75 % de financiamiento)

5.1.3. Instituciones crediticias

La nueva ley de portabilidad financiera (octubre del 2020) ha logrado bajar las condiciones que exigen los bancos y las instituciones financieras para solicitar créditos. También se consiguió reducir las tasas de interés. Esto se debió a la gran oferta que existe actualmente gracias a otros actores que ofrecen financiamiento, como cajas de compensación, cooperativas de ahorro, etc.

Para este proyecto se considera en todas las alternativas solicitar crédito comercial bancario.

5.5.4. Leasing

El leasing es una muy buena herramienta para adquirir bienes de gran valor, pero para empresas que recién están comenzando esta opción no es viable, ya que las entidades que entregan estos servicios solicitan una serie de requisitos mínimo para optar al leasing. Por mencionar algunos se tienen los siguientes:

- 6 meses o un año de inicio de actividades.
- Haber facturado 6 meses previos a la solicitud del leasing.

5.5.5. Costos de financiamiento

Banco estado ofrece financiamiento para microempresas de todos los rubros. Dentro de sus productos existe el Crédito Turismo, el cual tiene la ventaja de ser flexible según las temporadas altas del servicio.[24]

A continuación, se describen las características del financiamiento:

[24] Banco Estado microempresas. Fuente: www.bancoestado.cl

- Descripción:

Financiamiento para la contratación de mano de obra, regularización, gastos de promoción, entre otros gastos de temporada, además de construcción de nueva infraestructura, equipamiento, adquisición de vehículo de trabajo u otras inversiones que requiera para seguir creciendo.

- Cuotas de acuerdo con la estacionalidad de la actividad, anuales, semestrales, trimestrales, bimestrales o mensuales.
- Hasta 18 meses plazo para cancelar capital de trabajo y hasta 120 meses para créditos con destino infraestructura y equipamiento.

- Beneficios:

- Elección de la fecha de vencimiento de las cuotas.
- Pago de la primera cuota hasta en 18 meses después de solicitado el crédito, para destinos infraestructura y equipamiento para créditos en cuotas no mensuales.
- Hasta 3 meses sin pago por año (intercalado o consecutivo) para cuotas mensuales.
- Plazo de pago máximo hasta 72 meses.
- Posibilidad de acceder a las garantías estatales para optar a financiamiento CORFO y FOGAPE o garantías reales prenda o hipoteca.
- La entrega del dinero puede ser mediante abono en la Cuenta Corriente, Chequera Electrónica o CuentaRUT o, desembolso por caja o Vale Vista.

- Documentación:

  - Cédula de Identidad Vigente.
  - Comprobante de Domicilio (Boletas de servicios Básicos)
  - Se podrán solicitar otros documentos dependiendo del rubro, actividad económica y nivel de formalidad del negocio.

- Tarifas:

Tabla 5-1. Costos asociados a solicitud de crédito

Monto del Préstamo ($)	Desde 90 días a 24 meses			
	Tasa Mínima		Tasa Máxima	
	Anual	Mensual	Anual	Mensual
100.000 a 3.000.000	25,00%	2,05%	33,70%	2,81%
3.000.001 a 5.000.000	21,00%	1,73%	27,00%	2,21%
5.000.000 a 10.000.000	19,00%	1,60%	21,00%	1,72%
Mayor a 10.000.000	17,00%	1,44%	20,60%	1,72%

Fuente: Créditos microempresas. Página web www.bancoestado.cl

En la Tabla 5-1, se aprecia que, solicitando préstamos de montos más elevados, menor es la tasa de interés a cobrar por el crédito.

5.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Apartado en donde se analiza si realmente el proyecto rentabilizará en relación con la inversión inicial, el estudio de oferta y demanda del mercado, y la proyección a 5 años.

5.2.1. Consideraciones

Se usarán todos los datos y cálculos obtenidos en los capítulos anteriores.

5.2.1.1. Horizonte del proyecto

El proyecto tendrá un horizonte de evaluación de 5 años. Dentro de este horizonte se pretende retornar la inversión y comenzar a recibir utilidades. Como se trata de una microempresa, 5 años es un tiempo prudente de retorno con respecto a la inversión inicial y las ganancias esperadas para realizar una correcta evaluación dentro de los flujos de caja

5.2.1.2. Tasa de descuento

La tasa de descuento es un factor financiero que sirve para determinar el valor del dinero en el tiempo. En este caso se usará para traer valores futuros al presente y poder determinar si la inversión tendrá retorno.

Para calcular la tasa de descuento se usa el Modelo de Valorización de Activos de Capital (CAPM).

$$R_i = R_f + \beta_i(R_m - R_f)$$

(Fórmula 5-1)

En donde:

- R_i: Retorno de los activos
- R_f: Retorno libre de riesgos
- β_i: Constante para tipo de negocio
- R_m: Retorno medio del mercado

La tasa de retorno libre de riesgos corresponde a las curvas de rendimiento en pesos y UF, de los bonos emitidos por el Banco Central de Chile y la Tesorería General de la Republica a 10 años el que corresponde a 0,02% al 16 de diciembre del 2020[25].

[25] Indicadores económicos. Fuente: Banco BCI, página web: bci.cl

La constante para tipo de negocio beta (β_i), arroja una constante de 0,98 para la industria de la recreación.[26] Por último, el retorno medio del mercado se calcula según la variación que presento el IPSA los últimos 10 años (2009 al 2019), que fue de 11,69%[27] (Ver Tabla 5-2).

Tabla 5-2. Variación Ipsa.

Año	Variación (%)
2009	50,70%
2010	37,58%
2011	-15,22%
2012	2,96%
2013	14,00%
2014	4,10%
2015	4,43%
2016	12,80%
2017	34,04%
2018	-8,25%
2019	-8,53%
Variación	11,69%

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del sitio datosmacro.com

Teniendo todos los datos, se procede a reemplazar en la Fórmula 5-1, obteniendo la tasa de descuento para el proyecto.

- $R_i = R_f + \beta_i(R_m - R_f)$
- R_i: 0,02 + 0,98 (11,69–0,02) = 11,67 %

Por lo tanto, la tasa de descuento a utilizar es de 11,67 %

[26] Datos Betas riesgos de mercado. Fuente: página web: betasdamodaran.site
[27] Datos Variación mensual IPSA. Fuente: página web: datosmacro.expansión.com

5.2.1.3. Moneda a utilizar

El proyecto se evaluará con la unidad de fomento, que representa el reajuste que sufre el peso chileno de acuerdo con la inflación. Se considera el valor de la UF al día 10 de octubre del año 2020, que es de $28.722.

5.2.1.4. Estimación de ingresos y egresos

Según el capítulo 2 en los puntos de análisis de oferta y demanda (Ver Tabla 2-2), proyección de precios (Ver Tabla 2-5), y en el punto 3.13 inversiones en capital de trabajo (Ver Tabla 3-9 y 3-10), se estiman los ingresos que generaría la empresa. El crecimiento anual esperado es del 5%. Este crecimiento se basa en un aumento del consumidor y no a ganar participación dentro del mismo mercado.

Tabla 5-3. Ingresos proyección 5 años.

Año	1	2	3	4	5
Ingresos (UF)	1.496,3	1.571,1	1.645,9	1.720,7	1.795,6

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos según estudio de mercado.

Los egresos al igual que los ingresos fueron vistos en los capítulos 2 y 3, en donde se aprecian todos los gastos que incurre la empresa para funcionar con normalidad (Ver Tabla 3-9).

Existe una proporción entre ingresos y egresos, el primero eleva al segundo a través de los costos fijos y variables sobre todo de insumos. Se estima un crecimiento anual del 3% de los costos en relación con el aumento de la demanda.

Tabla 5-4. Egresos proyección 5 años.

Año	1	2	3	4	5
Ingresos (UF)	1.200,4	1.236,4	1.272,4	1.308,4	1.344,4

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos según estudio de mercado.

5.2.1.5. Impuestos

El proyecto debe considerar el pago de impuesto de primera categoría con una tasa del 25% según el SII en el año 2020.

5.2.1.6. Depreciación

Los activos adquiridos en el ámbito de contabilidad y economía sufren una disminución de su valor por concepto de desgaste por uso o por tiempo, el cual se denomina depreciación.

En la Tabla 5-5, se detalla la depreciación de forma acelerada de los activos a comprar según el Servicio de Impuestos Internos.

Tabla 5-5. Depreciación de activos.

Equipo	Costo total (UF)	Depreciación acelerada	Año 1 (UF)	Año 2 (UF)	Año 3 (UF)	Año 4 (UF)	Año 5 (UF)	Valor Libro	Valor residual
Tablas	84,6	2	42,30	42,3	0	0	0	0	8,46
Trajes	29,4	2	14,70	14,70	0	0	0	0	2,94
Chalecos salvavidas	4,2	1	4,20	0	0	0	0	0	0,42
Cascos náuticos	7,3	1	7,30	0	0	0	0	0	0,73
Cámara acuática	10,44	2	5,22	5,22	0	0	0	0	1,044
Notebook	13,93	2	6,97	6,97	0	0	0	0	1,393
Celular	8,36	1	8,36	0	0	0	0	0	0,836
Sillón y terraza	16,71	2	8,36	8,36	0	0	0	0	1,671
Escritorio	3,13	2	1,57	1,57	0	0	0	0	0,313
Furgón	243,72	2	121,86	121,86	0	0	0	0	24,372
Contenedor	45,26	3	15,09	15,09	15,09	0	0	0	4,526
TOTAL	467,05	20	235,91	216,07	15,09	0	0	0	46,705

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del SII

5.2.1.7. Financiamiento

Como referencia se usará el crédito del Banco Estado para Microempresa visto en el punto 5.5.5. (Costos de Financiamiento), el cual varia el rango de tasa según el monto máximo a solicitar (Ver Tabla 5-1).

En la Tabla 5-6, se distinguen las distintas tasas del crédito condicionadas al porcentaje a solicitar según la inversión del proyecto que es $14.522.130 (505,61 UF). Se empleará la tasa mínima que otorga el Crédito de Turismo, el que varia según monto a solicitar.

Tabla 5-6. Tasas según monto de financiamiento.

Financiamiento	Costo (UF)	Costo ($)	Tasa anual	Tasa mensual
10%	50,561	1.452.213	25%	2,05%
50%	252,805	7.261.065	19%	1,60%
75%	379,2075	10.891.598	17%	1,44%

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del sitio BancoEstado Microempresa.

5.2.2. Proyecto puro

El proyecto puro busca visualizar en el flujo de caja la viabilidad de concretar el proyecto con fondos propios de los inversionistas.

5.2.2.1. Flujo de caja sin financiamiento externo

En la Tabla 5-7, se aprecia el flujo de caja realizada con recursos propios de los inversionistas o dueños.

Tabla 5-7. Flujo de caja puro.

FLUJO DE CAJA PROYECTO PURO						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.496,30	1.571,10	1.645,90	1.720,70	1.795,60
(-) Egresos	-	-1.200,40	-1.236,40	-1.272,40	-1.308,40	-1.344,40
(=) Margen	-	295,90	334,70	373,50	412,30	451,20
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,705
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	59,99	118,63	358,41	412,30	497,91
(-) Impuestos del 25%	-	-15,00	-29,66	-89,60	-103,08	-124,48
(=) Utilidad después de Impuestos	-	44,99	88,97	268,81	309,23	373,43
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-505,61	280,90	305,04	283,90	309,23	380,83
(=) Flujo de Caja Actualizado	-505,61	251,55	244,62	203,87	198,85	219,30
(=) Flujo de Caja Acumulado	-505,61	-254,06	-9,45	194,42	393,28	612,58

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de estudio de mercado.

5.2.2.2. Indicadores económicos del proyecto puro

En la Tabla 5-8, se muestra los resultados obtenidos según el flujo de caja sin financiamiento externo.

Tabla 5-8. Indicadores proyecto puro.

Indicadores	Resultados
VAN (UF)	612,58
TIR (%)	52%
PRI (Años)	3

Fuente: Elaboración propia. Resultados obtenidos Tabla 5-7.

5.2.2.3. Indicadores económicos del proyecto puro

En la Tabla 5-8, se aprecian resultados positivos del flujo de caja sin financiamiento externo, se ve un VAN de 612,58 UF y una tasa interna de retorno del 52% muy por encima de la tasa de descuento del proyecto, en conclusión, el proyecto sin financiamiento es rentable.

5.3.3. Proyecto con financiamiento externo

En esta sección se analizará el proyecto solicitando financiamiento externo a través de crédito bancario en 3 alternativas distintas, al 10%, al 50% y al 75%.

5.2.3.1. Proyecto con un 10% de financiamiento externo

Se realiza un análisis con un financiamiento mínimo para ver el comportamiento dentro del flujo de caja. Se solicita un crédito de 50,561 UF que representa el 10% de la inversión inicial total del proyecto a una tasa de interés del 25% y a 5 años.

Tabla 5-9 Amortización financiamiento al 10%.

Periodo	Saldo deuda	Cuota	Interés	Amortización	Saldo insoluto
1	0,00	18,80	0,00	18,80	-18,80
2	-18,80	18,80	-4,70	23,50	-42,30
3	-42,30	18,80	-10,58	29,38	-71,68
4	-71,68	18,80	-17,92	36,72	-108,40
5	-108,40	18,80	-27,10	45,90	

Fuente: Elaboración propia. Resultados obtenidos según crédito Banco Estado Pyme.

Tabla 5-10. Flujo de caja financiamiento de un 10%

Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.496,30	1.571,10	1.645,90	1.720,70	1.795,60
(-) Egresos	-	-1.200,40	-1.236,40	-1.272,40	-1.308,40	-1.344,40
(=) Margen	-	295,90	334,70	373,50	412,30	451,20
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(-) Intereses LARGO PLAZO	-	-12,64	-11,10	-9,17	-6,77	-3,76
(-) Intereses CORTO PLAZO	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	47,35	107,53	349,24	405,53	494,14
(-) Impuestos	-	-11,84	-26,88	-87,31	-101,38	-123,54
(=) Utilidad después de Impuestos	-	35,51	80,65	261,93	304,15	370,61
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos LARGO PLAZO	50,561	-	-	-	-	-
(+) Créditos CORTO PLAZO	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-6,16	-7,70	-9,63	-12,03	-15,04
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-455,05	265,26	289,02	267,39	292,12	362,97
(=) Flujo de Caja Actualizado	-455,05	237,54	231,77	192,02	187,85	209,02
(=) Flujo de Caja Acumulado	-455,05	-217,51	14,26	206,27	394,12	603,14

Fuente: Elaboración propia. Resultados obtenidos según crédito Banco Estado Pyme.

5.2.3.1. Proyecto con un 50% de financiamiento externo

El siguiente análisis se realiza con un financiamiento del 50% de la inversión inicial, el cual es de 252,805 UF a una tasa de interés del 19% a 5 años. Se aprecia una disminución de tasa a mayores valores solicitados.

Tabla 5-11. Amortización financiamiento al 50%.

Período	Saldo deuda	Cuota	Interés	Amortización	Saldo insoluto
1	0,00	82,68	0,00	82,68	-82,68
2	-82,68	82,68	-15,71	98,39	-181,07
3	-181,07	82,68	-34,40	117,08	-298,15
4	-298,15	82,68	-56,65	139,33	-437,48
5	-437,48	82,68	-83,12	165,80	0,00

Fuente: Elaboración propia. Resultados obtenidos según crédito Banco Estado Pyme.

A continuación, en la Tabla 5-12, se muestra el flujo de caja con financiamiento al 50%, con una tasa de descuento idéntica a la anterior del 11,67%.

Tabla 5-12. Flujo de caja financiamiento de un 50%.

Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.496,30	1.571,10	1.645,90	1.720,70	1.795,60
(-) Egresos	-	-1.200,40	-1.236,40	-1.272,40	-1.308,40	-1.344,40
(=) Margen	-	295,90	334,70	373,50	412,30	451,20
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(-) Intereses LARGO PLAZO	-	-48,03	-41,45	-33,62	-24,29	-13,20
(-) Intereses CORTO PLAZO	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	11,96	77,18	324,79	388,01	484,70
(-) Impuestos	-	-2,99	-19,29	-81,20	-97,00	-121,18
(=) Utilidad después de Impuestos	-	8,97	57,88	243,60	291,00	363,53
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos LARGO PLAZO	252,81	-	-	-	-	-
(+) Créditos CORTO PLAZO	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-34,65	-41,23	-49,06	-58,39	-69,48
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-252,81	210,23	232,73	209,62	232,62	301,45
(=) Flujo de Caja Actualizado	-252,81	188,26	186,63	150,53	149,59	173,59
(=) Flujo de Caja Acumulado	-252,81	-64,54	122,08	272,61	422,20	595,79

Fuente: Elaboración propia. Resultados obtenidos según crédito Banco Estado Pyme.

5.2.3.3. Proyecto con un 75% de financiamiento externo

El último análisis se realiza con un financiamiento del 75% de la inversión inicial, el cual corresponde a 379,20 UF a una tasa de interés del 17% a 5 años.

Tabla 5-13. Amortización financiamiento al 75%.

Período	Saldo deuda	Cuota	Interés	Amortización	Saldo insoluto
1	0,00	118,52	0,00	118,52	-118,52
2	-118,52	118,52	-20,15	138,67	-257,20
3	-257,20	118,52	-43,72	162,25	-419,45
4	-419,45	118,52	-71,31	189,83	-609,28
5	-609,28	118,52	-103,58	222,10	0,00

Fuente: Elaboración propia. Resultados obtenidos según crédito Banco Estado Pyme.

Tabla 5-14. Flujo de caja financiamiento de un 75%.

Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.496,30	1.571,10	1.645,90	1.720,70	1.795,60
(-) Egresos	-	-1.200,40	-1.236,40	-1.272,40	-1.308,40	-1.344,40
(=) Margen	-	295,90	334,70	373,50	412,30	451,20
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-4,47		-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	-4,47	58,88	313,89	380,36	480,68
(-) Impuestos	-	-	-14,72	-78,47	-95,09	-120,17
(=) Utilidad después de Impuestos	-	-4,47	44,16	235,42	285,27	360,51
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	4,47		-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	177,38	201,46	176,50	198,69	266,61
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	158,84	161,55	126,75	127,77	153,53
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	32,43	193,98	320,73	448,50	602,03

Fuente: Elaboración propia. Resultados obtenidos según crédito Banco Estado Pyme.

5.2.3.4. Indicadores económicos del proyecto con financiamiento externo

En la siguiente Tabla 5-15, se aprecian los indicadores económicos obtenidos de los flujos de caja con financiamiento mostrados en los puntos anteriores.

Tabla 5-15. Resultados flujos de caja.

Indicadores	Resultados de financiamiento			
	0%	10%	50%	75%
VAN (UF)	612,58	603,14	595,79	602,03
TIR (%)	52	55	83	145
PRI (Años)	3	2	2	1

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de flujos de caja.

5.2.3.5. Rentabilidad del proyecto con financiamiento externo

Según la Tabla 5-15, el proyecto muestra rentabilidad en todas las alternativas de financiamiento, con VAN sobre las 600 UF y una tasa interna de retorno sobre el 50%.

5.2.4. Resumen de los flujos y sus respectivos indicadores

A continuación, se resumen los flujos de caja con y sin financiamiento para poder comparar y visualizar de mejor manera.

Tabla 5-16. Resumen flujos de caja.

Indicadores	Resultados de financiamiento			
	Puro	10%	50%	75%
VAN (UF)	612,58	603,14	595,79	602,03
TIR (%)	52	55	83	145
PRI (Años)	3	2	2	1
Inversión inicial	505,61	455,049	252,805	126,4
Crédito solicitado	0	50,561	252,805	379,20
Tasa de interés	0%	25%	19%	17%

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de flujos de caja.

En la Tabla 5-16, se muestran los resultados finales de cada uno de los flujos de caja, obteniendo en el proyecto puro un VAN de 612,58 UF y un 52% de tasa interna de retorno. Además, se distingue a simple vista una irregularidad en los VAN de los proyectos con financiamiento. Esto ocurre por las diferencias que existe entre las distintas tasas de interés de los créditos que entrega Banco Estado reduciendo el VAN en uno de los casos por la amortización del crédito. Por último, se señala, que el proyecto con un 75% de financiamiento, si bien no presenta el mejor VAN, tiene una tasa interna de retorno muy superior, ocasionado por una inversión inicial de 126,4 UF.

5.2.5. Sensibilizaciones

El análisis de sensibilidad se usa para la toma de decisiones de inversión en caso de cambiar una variable cuantificable, colocándola en el peor escenario. En este caso se analizarán dos variables, el precio y la disminución de los costos fijos.

La sensibilización se realizará con el flujo de caja del proyecto con un 75% de financiamiento, que mostró mayor rentabilidad y retorno al 1 año de proyección.

5.2.5.1. Sensibilización de los ingresos con respecto al precio

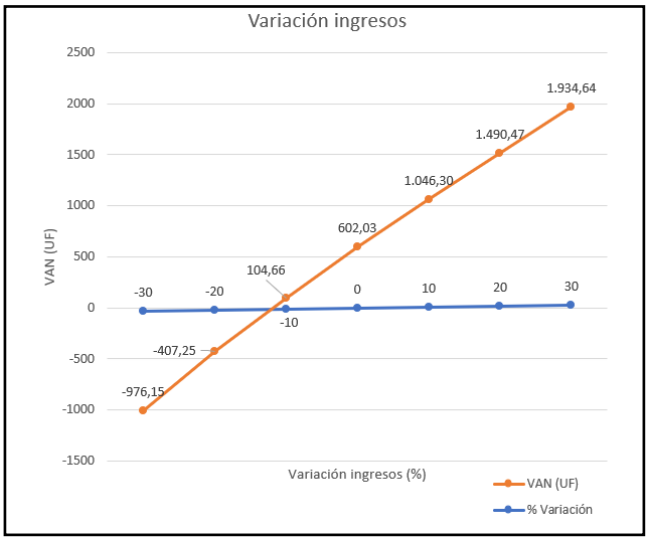
Una de las variables más importantes y que puede definir el éxito de un proyecto es el valor o precio por cobrar por el servicio, el cual está determinado por aspectos externos vistos en el capítulo 2. En la siguiente Tabla 5-17, se muestran las variaciones del VAN y TIR con respecto al aumento y disminución de la variable precio.

Tabla 5-17. Variación porcentual precio.

% Variación	VAN (UF)	TIR (%)	PRI (años)
-30	-976,15	-	-
-20	-407,25	-	-
-10	104,66	34	4
0	602,03	145	1
10	1.046,30	235	1
20	1.490,47	325	1
30	1.934,64	413	1

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de flujos de caja.

Se concluye que, al disminuir el precio a cobrar, el proyecto puede no ser rentable o podría tener un retorno bajo en comparación a la inversión necesaria para llevarlo a cabo.



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de flujo de caja proyecto puro.

Gráfico 5-1. Sensibilización con respecto al precio a cobrar.

En el Gráfico 5-1, se puede apreciar que el VAN se vuelve negativo bajando el precio a cobrar por el servicio entorno al -12%. En el otro extremo, claramente un aumento de precio dispara las utilidades, pero el precio ya no sería competitivo.

5.2.5.2. Sensibilización de los egresos con respecto a los costos fijos

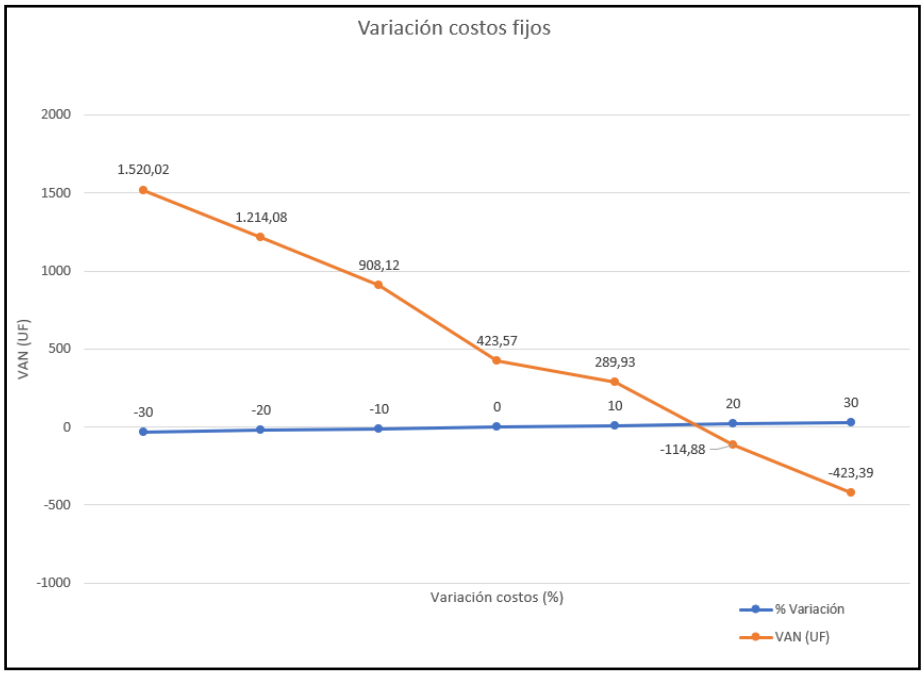
Todo negocio puede manejar los costos fijos reduciendo gastos asociados a estos. La dificultad se produce al ser un costo difícil de aminorar, pero no imposible, si es que se genera una planificación funcional cuando esté en marcha el negocio. En la Tabla 5-18, se muestran las variaciones del VAN y TIR con respecto al aumento y disminución de la variable costos fijos.

Tabla 5-18. Variación porcentual costos fijos.

% Variación	VAN (UF)	TIR (%)	PRI (años)
-30	1.520,02	344	1
-20	1.214,08	278	1
-10	908,12	212	1
0	423,57	27	4
10	289,93	71	2
20	-114,88	-20	-
30	-423,39	-	-

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de flujo de caja.

En la Tabla 5-18, se logra deducir que al disminuir al 10% los costos fijos del proyecto, el VAN aumenta a 908,12 UF. A su vez, en caso de elevar los costos fijos al 10%, el proyecto aún sigue entregando retorno, lo que no sucede si se aumentan entorno al 16%.



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de flujo de caja proyecto puro.

Gráfico 5-2. Sensibilización con respecto a los costos fijos.

En el Gráfico 5-2, se puede apreciar que el VAN se vuelve negativo al aumentarlos costos fijos alrededor de 16%, por lo tanto, se deben mantener los costos fijos sobre ese margen porcentual para que el proyecto siga siendo rentable.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio desarrollado sobre crear una empresa de turismo en la comuna de Valparaíso arroja números positivos en todos los flujos de caja realizados con y sin financiamiento. La rentabilidad del negocio se puede deber a varios factores, principalmente por la baja inversión inicial que se necesita para llevarlo a cabo. Esta baja inversión, es la consecuencia del diseño, fabricación y la explosiva cantidad de proveedores a nivel mundial de tablas de stand up paddle inflables, que hicieron bajar los costos de estas muy por debajo a las tradicionales tablas rígidas de SUP, si no existiera este tipo de tecnología, el valor por la adquisición de tablas rígidas se triplicaría. La ubicación estratégica del lugar en donde se va a realizar el servicio y las conexiones con las principales urbes del país, son otros factores por la que el proyecto presenta un alto retorno. Por último, esta forma de realizar turismo sobre tablas de stand up paddle, se encuentra recién en fase de nicho lo que crea una imagen de innovación la cual se debe aprovechar y transmitir a los clientes que velan por vivir experiencias nuevas.

La alternativa con financiamiento del 75% con crédito bancario a 5 años y una tasa de interés del 17%, fue la escogida para financiar el proyecto, por presentar mejores indicadores económicos y reducir al mínimo la inversión inicial necesaria para ejecutar el proyecto, presentando un VAN de 602,03, un TIR de 145% y un PRI de 1 año, con una tasa de descuento del 11,65%.

Se deja en claro que el proyecto está condicionado al uso oneroso o convenio con la empresa privada dueña del Tranque La Luz. En caso de no llegar acuerdo, el proyecto se puede implementar en otros lugares de Valparaíso, sobre todo en el extenso mar, por medio de alianzas con los concesionarios de dichos lugares, por ejemplo, en Muelle Barón está permitida la práctica deportiva y recreativa. Además, el negocio se puede extender a los principales balnearios de la Región de Valparaíso, priorizando las playas del centro de Viña del Mar, como Caleta Abarca. Para implementar el proyecto en el mar, aparte de los documentos solicitados en el Capítulo 4, se debe solicitar autorización a Capitanía de Puerto de Valparaíso.

La prioridad del proyecto es generar ingresos para sus dueños por tratarse de una empresa con fines de lucro, pero, además, busca ser pionero y referente a nivel nacional de turismo sobre tablas de stand up paddle. En cuanto a la filosofía corporativa, el proyecto pretende mostrar una nueva mentalidad de negocios, en el que se transmitan valores y principios de bienestar para el personal que trabaja como para los clientes que viven la experiencia.

BIBLIOGRAFÍA

1. ABARCA, María (2013). Memoria de Título. Parque Placilla de Peñuelas, Identidad Visual y Señalética. [Fecha de consulta: noviembre del 2020]. Disponible en: <http://opac.pucv.cl/pucv_txt/txt-9500/UCF9943_01.pdf>

2. GOBIERNO REGIONAL DE LOS LAGOS. (2013). Manual para la Formalización de Empresas Turísticas. [Fecha de consulta: noviembre del 2020]. Disponible en: <https://municochamo.cl/turismo/archivos/ManualFormalizacioOnEmpTurIsticas.pdf>

3. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. (2019). División Político-Administrativa y Censal Región de Valparaíso. [Fecha de consulta: noviembre del 2020]. Disponible en: <http://geoarchivos.ine.cl/File/pub/poblaci%C3%B3n-y-vivienda-valpara%C3%ADso.pdf>

4. MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS. (2017). Plan especial de infraestructura MOP de apoyo al turismo sustentable a 2030. [Fecha de consulta: noviembre del 2020]. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2017/12/05_Valparaiso.pdf>

5. SERVICIO NACIONAL DE TURISMO. (2018). Plan de acción Región de Valparaíso, sector turismo. [Fecha de consulta: octubre del 2020]. Disponible en: <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/10/Plan-de-Accio%CC%81n-Valparaiso-1.pdf>

6. SUBSECRETARIA DE TURISMO. (2020). Anuario de Turismo 2019. [Fecha de consulta: noviembre del 2020]. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/anuario/>

7. SUBSECRETARIA DE TURISMO. (2018). Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos. [Fecha de consulta: octubre del 2020]. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2015/09/Informe-de-Intensidad-Tur%C3%ADstica-y-Definici%C3%B3n-de-Destinos-Tur%C3%ADsticos-2018-1.pdf>

8. VERDE LIMITADA. (2017). Manual de diseño Experiencias Turísticas, 2da edición. [Fecha de consulta: noviembre del 2020]. Disponible en: <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/MDD-Manual-de-Experiencias-Turi%CC%81sticas-1.pdf>

9. ZAMORA GONZALEZ. Ignacio (2020). Trabajo de título, Estudio de Prefactibilidad para la Creación de un Centro de Escalada en Cuesta Las Chilcas, Llay-Llay. [Fecha de consulta: enero del 2021]. Disponible en: <https://repositorio.usm.cl/handle/11673/49376>

ANEXO A: TARIFAS BANCO ESTADO CRÉDITO MICROEMPRESA TURISMO

BancoEstado

Crédito Turismo

Financiamiento flexible de acuerdo a la estacionalidad de las microempresas turísticas.

Monto del Préstamo	Desde 90 días a 24 meses			
	Tasa Mínima		Tasa Máxima	
	Anual	Mensual	Anual	Mensual
$100.000 a $3.000.000	25%	2,05%	33,7%	2,81%
$3.000.001 a $5.000.000	21%	1,73%	27%	2,21%
$5.000.000 a $10.000.000	19%	1,60%	21%	1,72%
mayor a $10.000.000	17%	1,44%	20,6%	1,72%

ANEXO B: TABLA DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Concepto	Años de Vida Útil
Construcciones con estructuras de acero, cubierta y entrepisos de perfiles acero o losas hormigón armado	80
Edificios, casas y otras construcciones, con muros de ladrillos o de hormigón, con cadenas, pilares y vigas hormigón armado, con o sin losas	50
Edificios fábricas de material sólido albañilería de ladrillo, de concreto armado y estructura metálica	40
Construcciones de adobe o madera en general	30
Construcciones provisorias	10
Galpones de madera o estructura metálica	20
Instalaciones en general (ejemplos: eléctricas, de oficina, etc.)	10
Ambulancias	6
Camiones de uso general, camionetas, jeeps, automóviles, furgones y similares, motos en general, remolques, semirremolques y carros de arrastre	6
Maquinarias y equipos en general	10
Instrumental médico y dental en general	3
Equipos médicos y dental en general	8
Muebles y enseres	7
Balanzas, hornos microondas, refrigeradores, conservadoras, vitrinas refrigeradas y cocinas.	7
Equipos de oficina	5
Equipos computacionales (grandes computadores)	5
Equipos computacionales personales e impresoras	3
Equipos para la prevención de riesgos	8
Equipos de servicios (casino, lavandería, seguridad, jardinería, etc.)	8
Herramientas pesadas	8
Herramientas livianas	3

ANEXO C: DESCRIPCIÓN RÉGIMEN TRIBUTARIO PRO-PYME TRANSPARENTE

➜ Descripción General

Pro Pyme Transparente:

Régimen Tributario enfocado en micro, pequeñas y medianas empresas (Pymes), cuyos propietarios son contribuyentes de impuestos finales (personas naturales con o sin domicilio ni residencia en Chile o bien, personas jurídicas sin domicilio ni residencia en Chile), determina su resultado tributario, como norma general, en base a ingresos percibidos y gastos pagados, estando liberada de llevar contabilidad completa con la posibilidad de optar por llevar contabilidad completa. En este caso la empresa Pyme quedará liberada del Impuesto de Primera Categoría y sus propietarios deberán tributar con sus impuestos finales en base al resultado tributario determinado por la empresa en el mismo año en que éste se genere."

➜ A quién está dirigido

Micro, pequeñas y medianas empresas (Pymes), cuyos propietarios son contribuyentes de impuestos finales (Impuesto Global Complementario –Impuesto Adicional).

➜ Requisitos

Debe cumplir todas las condiciones del Régimen Pro Pyme.

Los propietarios deben ser personas naturales con o sin domicilio o residencia en Chile, o bien personas jurídicas sin domicilio ni residencia en Chile, es decir, contribuyentes de impuestos finales (Impuesto Global Complementario o Impuesto Adicional).

Las empresas deben informar al SII que quieren acogerse a este régimen, según éste instruya mediante resolución. Los contribuyentes acogidos al Régimen 14ter al 31 de diciembre de 2019, pasan de pleno derecho al Régimen ProPyme transparente si cumplen los requisitos de este último.

➜ Beneficios y Características

- 1. Propuesta de declaración del SII a la empresa, en base a información del Registro de Compras y Ventas (RCV) complementable por el contribuyente.
- 2. No aplica corrección monetaria, no practica inventarios.
- 3. Sus existencias o insumos existentes al término del año se reconocen como gasto.
- 4. Aplica depreciación instantánea de su activo fijo.
- 5. Determina base imponible simplificada, según ingresos percibidos y gastos pagados (salvo en caso de operaciones con empresas relacionadas). Incluye retiros o dividendos percibidos por participación en otras empresas.
- 6. Está liberada de mantener los registros de rentas empresariales (RRE).
- 7. Determina un Capital Propio Tributario simplificado (contribuyentes con ingresos superiores a UF 50.000).
- 8. Utiliza tasas fijas de PPM.
- 9. Puede acceder a un informe de situación tributaria que le permitirá tener acceso al sistema bancario para obtener financiamiento.
- 10. En contra de los impuestos finales que afectan a los propietarios aplican el crédito del art. 33 bis de la LIR y los asociados a los retiros y dividendos percibidos (además aplica el crédito por IDPC asociado al ingreso diferido proveniente de un cambio de régimen)

➜ Tipo de contabilidad

Queda liberada para efectos tributarios de llevar contabilidad completa. Para el control de sus ingresos y egresos utilizarán el Registro de Compras y Ventas, salvo quienes no se encuentren obligados a llevar ese registro que llevan un registro de ingreso y egreso.

Deben llevar un libro de caja.

Pueden llevar contabilidad completa sin que se altere la forma de tributación de su resultado.

➜ Tributación

La empresa está liberada el IDPC.

Los propietarios deberán tributar con sus impuestos finales en base al resultado tributario (positivo) determinado por la empresa en el mismo ejercicio en que se genere, en base al porcentaje de participación en las utilidades o el capital, según corresponda.

➜ Tasa de Impuesto de Primera Categoría

Al estar la empresa liberada del IDPC, no le aplica una tasa de dicho tributo.

➜ Tasa PPM

Es de 0,2% en la medida que los ingresos brutos, no excedan de 50.000 UF.

- En el año de inicio del 0,2%.
- Si los ingresos brutos del giro del año anterior no exceden de 50.000 UF es de 0,2%.
- Si los ingresos brutos del giro del año anterior exceden de 50.000 UF es de 0,5%.

➜ Registros

No llevan registros empresariales.

ANEXO D: FLUJOS DE CAJA CON SENSIBILIZACIÓN DEL PRECIO A COBRAR

-30%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.047,41	1.099,77	1.152,13	1.204,49	1.256,92
(-) Egresos	-	-1.200,40	-1.236,40	-1.272,40	-1.308,40	-1.344,40
(=) Margen	-	-152,99	-136,63	-120,27	-103,91	-87,48
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-		-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	-453,36	-407,97	-179,88	-135,85	-58,00
(-) Impuestos	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad después de Impuestos	-	-453,36	-407,97	-179,88	-135,85	-58,00
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	-271,51	-255,15	-238,79	-222,43	-151,90
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	-243,14	-204,61	-171,48	-143,04	-87,47
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	-369,55	-574,16	-745,64	-888,68	-976,15

VAN (UF)	-976,15
TIR (%)	-
PRI (AÑOS)	-

-20%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.197,04	1.256,88	1.316,72	1.376,56	1.436,48
(-) Egresos	-	-1.200,40	-1.236,40	-1.272,40	-1.308,40	-1.344,40
(=) Margen	-	-3,36	20,48	44,32	68,16	92,08
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-		-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	-303,73	-250,86	-15,29	36,22	121,56
(-) Impuestos	-	0,00	0,00	0,00	-9,05	-30,39
(=) Utilidad después de Impuestos	-	-303,73	-250,86	-15,29	27,16	91,17
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	-121,88	-98,04	-74,20	-59,42	-2,73
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	-109,15	-78,62	-53,29	-38,21	-1,57
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	-235,56	-314,18	-367,47	-405,68	-407,25

VAN (UF)	-407,25
TIR (%)	-
PRI (AÑOS)	-

-10%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.346,67	1.413,99	1.481,31	1.548,63	1.616,04
(-) Egresos	-	-1.200,40	-1.236,40	-1.272,40	-1.308,40	-1.344,40
(=) Margen	-	146,27	177,59	208,91	240,23	271,64
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-		-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	-154,10	-93,75	149,30	208,29	301,12
(-) Impuestos	-	0,00	0,00	-37,32	-52,07	-75,28
(=) Utilidad después de Impuestos	-	-154,10	-93,75	111,97	156,22	225,84
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	27,75	59,07	53,06	69,63	131,94
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	24,85	47,37	38,10	44,78	75,98
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	-101,56	-54,20	-16,09	28,68	104,66

VAN (UF)	104,66
TIR (%)	34%
PRI (AÑOS)	4

+10%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.645,93	1.728,21	1.810,49	1.892,77	1.975,16
(-) Egresos	-	-1.200,40	-1.236,40	-1.272,40	-1.308,40	-1.344,40
(=) Margen	-	445,53	491,81	538,09	584,37	630,76
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-		-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	145,16	220,47	478,48	552,43	660,24
(-) Impuestos	-	-36,29	-55,12	-119,62	-138,11	-165,06
(=) Utilidad después de Impuestos	-	108,87	165,35	358,86	414,32	495,18
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	290,72	318,17	299,95	327,74	401,28
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	260,34	255,14	215,39	210,76	231,08
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	133,93	389,07	604,46	815,22	1.046,30

VAN (UF)	1.046,30
TIR (%)	235%
PRI (AÑOS)	1

+20%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.795,56	1.885,32	1.975,08	2.064,84	2.154,72
(-) Egresos	-	-1.200,40	-1.236,40	-1.272,40	-1.308,40	-1.344,40
(=) Margen	-	595,16	648,92	702,68	756,44	810,32
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-		-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	294,79	377,58	643,07	724,50	839,80
(-) Impuestos	-	-73,70	-94,39	-160,77	-181,12	-209,95
(=) Utilidad después de Impuestos	-	221,09	283,18	482,30	543,37	629,85
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	402,94	436,00	423,39	456,79	535,95
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	360,83	349,64	304,04	293,75	308,63
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	234,42	584,06	888,09	1.181,84	1.490,47

VAN (UF)	1.490,47
TIR (%)	325%
PRI (AÑOS)	1

+30%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.945,19	2.042,43	2.139,67	2.236,91	2.334,28
(-) Egresos	-	-1.200,40	-1.236,40	-1.272,40	-1.308,40	-1.344,40
(=) Margen	-	744,79	806,03	867,27	928,51	989,88
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-		-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	444,42	534,69	807,66	896,57	1.019,36
(-) Impuestos	-	-111,10	-133,67	-201,91	-224,14	-254,84
(=) Utilidad después de Impuestos	-	333,31	401,01	605,74	672,43	764,52
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	515,16	553,83	546,83	585,84	670,62
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	461,33	444,13	392,68	376,73	386,18
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	334,92	779,04	1.171,73	1.548,46	1.934,64

VAN (UF)	1.934,64
TIR (%)	413%
PRI (AÑOS)	1

ANEXO E: FLUJOS DE CAJA CON SENSIBILIZACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS

-30%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.496,30	1.571,10	1.645,90	1.720,70	1.795,60
(-) Egresos	-	-863,63	-899,60	-935,70	-971,70	-1.007,70
(=) Margen	-	632,67	671,50	710,20	749,00	787,90
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-		-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	332,30	400,16	650,59	717,06	817,38
(-) Impuestos	-	-83,07	-100,04	-162,65	-179,26	-204,35
(=) Utilidad después de Impuestos	-	249,22	300,12	487,94	537,79	613,04
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	431,07	452,94	429,03	451,21	519,13
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	386,02	363,22	308,09	290,16	298,95
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	259,61	622,83	930,92	1.221,08	1.520,02

VAN (UF)	1.520,02
TIR (%)	344%
PRI (AÑOS)	1

-20%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.496,30	1.571,10	1.645,90	1.720,70	1.795,60
(-) Egresos	-	-975,88	-1.011,89	-1.047,90	-1.083,92	-1.119,93
(=) Margen	-	520,42	559,21	598,00	636,78	675,67
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-		-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	220,05	287,87	538,39	604,84	705,15
(-) Impuestos	-	-55,01	-71,97	-134,60	-151,21	-176,29
(=) Utilidad después de Impuestos	-	165,03	215,90	403,79	453,63	528,87
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	346,88	368,72	344,88	367,05	434,96
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	310,63	295,68	247,66	236,03	250,48
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	184,22	479,90	727,56	963,60	1.214,08

VAN (UF)	1.214,08
TIR (%)	278%
PRI (AÑOS)	1

-10%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.496,30	1.571,10	1.645,90	1.720,70	1.795,60
(-) Egresos	-	-1.088,12	-1.124,14	-1.160,15	-1.196,16	-1.232,17
(=) Margen	-	408,18	446,96	485,75	524,54	563,43
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-		-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	107,81	175,62	426,14	492,60	592,91
(-) Impuestos	-	-26,95	-43,90	-106,53	-123,15	-148,23
(=) Utilidad después de Impuestos	-	80,85	131,71	319,60	369,45	444,69
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	262,70	284,53	260,69	282,87	350,78
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	235,25	228,17	187,20	181,90	202,00
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	108,84	337,01	524,21	706,12	908,12

VAN (UF)	908,12
TIR (%)	212%
PRI (AÑOS)	1

+10%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.496,30	1.571,10	1.645,90	1.720,70	1.795,60
(-) Egresos	-	-1.312,64	-1.348,65	-1.384,66	-1.420,67	-1.456,68
(=) Margen	-	183,66	222,45	261,24	300,03	338,92
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-116,71	-165,61	-	-
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	-116,71	-165,61	36,02	268,09	368,40
(-) Impuestos	-	0,00	0,00	-9,01	-67,02	-92,10
(=) Utilidad después de Impuestos	-	-116,71	-165,61	27,02	201,07	276,30
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	116,71	165,61	-	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	65,14	103,93	133,71	114,48	182,40
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	58,33	83,34	96,02	73,62	105,04
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	-68,08	15,26	111,28	184,90	289,93

VAN (UF)	289,93
TIR (%)	71%
PRI (AÑOS)	2

+20%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.496,30	1.571,10	1.645,90	1.720,70	1.795,60
(-) Egresos	-	-1.424,89	-1.460,90	-1.496,91	-1.532,92	-1.568,93
(=) Margen	-	71,41	110,20	148,99	187,78	226,67
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-228,96	-390,11	-300,73	-144,89
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	-228,96	-390,11	-300,73	-144,89	111,26
(-) Impuestos	-	0,00	0,00	0,00	0,00	-27,82
(=) Utilidad después de Impuestos	-	-228,96	-390,11	-300,73	-144,89	83,45
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	228,96	390,11	300,73	-
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	-47,11	-8,32	30,47	69,26	-10,45
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	-42,19	-6,68	21,88	44,54	-6,02
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	-168,60	-175,28	-153,40	-108,86	-114,88

VAN (UF)	-114,88
TIR (%)	-20%
PRI (AÑOS)	-

+30%

FLUJO DE CAJA CON UN FINANCIAMIENTO DE UN 75%						
Tasa de descuento:	11,67%	UF				
AÑO		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos	-	1.496,30	1.571,10	1.645,90	1.720,70	1.795,60
(-) Egresos	-	-1.537,14	-1.573,15	-1.609,16	-1.645,17	-1.681,18
(=) Margen	-	-40,84	-2,05	36,74	75,53	114,42
(-) Depreciación	-	-235,91	-216,07	-15,09	-	-
(+) Valor Residual	-	-	-	-	-	46,71
(-) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Perdida ejercicio anterior	-		-341,21	-614,61	-637,48	-593,89
(-) Intereses largo plazo	-	-64,46	-55,27	-44,52	-31,94	-17,22
(-) Intereses corto plazo	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-	-341,21	-614,61	-637,48	-593,89	-449,99
(-) Impuestos	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad después de Impuestos	-	-341,21	-614,61	-637,48	-593,89	-449,99
(+) Perdida ejercicio anterior	-	-	341,21	614,61	637,48	593,89
(+) Depreciación	-	235,91	216,07	15,09	-	-
(-) Inversión en activos	-472,29	-	-	-	-	-
(-) Gastos puesta en marcha	-21,20	-	-	-	-	-
(+) Valor Libro	-	-	-	-	-	-
(-) Costos imprevistos	-4,72	-	-	-	-	-
(+) Créditos largo plazo	379,20	-	-	-	-	-
(+) Créditos corto plazo	-	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de crédito L.P	-	-54,06	-63,25	-74,00	-86,58	-101,30
(-) Amortizaciones de crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+/-) Capital de trabajo	-7,40	-	-	-	-	7,40
(=) Flujo de Caja	-126,41	-159,36	-120,57	-81,78	-42,99	50,00
(=) Flujo de Caja Actualizado	-126,41	-142,71	-96,69	-58,73	-27,65	28,79
(=) Flujo de Caja Acumulado	-126,41	-269,12	-365,81	-424,54	-452,19	-423,39

VAN (UF)	-423,39
TIR (%)	-
PRI (AÑOS)	-

ANEXO F: COTIZACIÓN TABLAS DE STAND UP PADDLE

COTIZACIÓN

Nombre Empresa: MG Chile Spa
Dirección: San Damián 404,1C. Las Condes
web: www.nomadesports.cl
tel.: +56934152807
Asesor de venta: Gustavo Reyes

FECHA	16.12.2020
COTIZACIÓN #	34
CLIENTE ID	0
VALIDO HASTA	16.01.2021

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT.	CANT.	IMPUESTOS	TOTAL
SUP Nomade Modelo ROOTS	196.822	10	46.169	2.429.910

Subtotal	$ 1.968.220
Descuento	
IVA 19%	$ 461.690
TOTAL	$ 2.429.910

TÉRMINOS Y CONDICIONES

1.Al cliente se le cobrará después de aceptada esta cotización
2. El pago será debitado antes de la entrega de bienes y servicios
3. Por favor enviar la cotización firmada al email indicado anteriormente

La aceptación del cliente (firmar a continuación):

x _____

ANEXO G: COTIZACIÓN CHALECOS SALVAVIDAS

A.Y R. PRIETO LIMITADA
Importación y Distribución de Equipos de Incendio.
Comercio al por menor de Computadores,
Softwares y Suministros Computacionales
C.M.: **Platón Nº 4965 – Fono: (2) 3284 8800 / (9) 5858 5201**
Quinta Normal – Santiago
www.ayrprieto.cl - www.ayrhidraulica.cl
E-mail: info@ayrprieto.cl

S.I.I. - SANTIAGO PONIENTE

Señor(es)	EDMUNDO IRELAND PEILLARD	**RUT**	
Giro		**Fecha Emisión**	12 de diciembre de 2020
Dirección	EDWIN GUAJARDO 041	**Comuna**	QUILPUE
Contacto	CEL 977770356	**Vendedor**	

DETALLES

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Ind	Total
CHALECO SALVAVIDAS TALLA XS	2	9.720	AF	19.440
CHALECO SALVAVIDAS TALLA S	1	9.720	AF	9.720
CHALECO SALVAVIDAS TALLA M	3	9.720	AF	29.160
CHALECO SALVAVIDAS TALLA L	1	9.720	AF	9.720
CHALECO SALVAVIDAS TALLA XL	2	9.720	AF	20.152
CHALECO SALVAVIDAS TALLA XXL	1	9.720	AF	19.440

TOTALES	
Monto Neto	97.200
19% IVA	22.800
Total	120.000

ANEXO H: COTIZACIÓN CASCOS NÁUTICOS

DIMARSA
de todo para todos

COTIZACION
E- 1515371

Atendiendo su solicitud, le enviamos cotización de los productos requeridos.

RUT	CLIENTE	CONTACTO	FECHA	CIUDAD
	Edmundo Ireland Peillard	949303709	21-12-2020	QUILPUE
			0%	

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
717686	CASCO KAYAK DIMARINE ROJO	4	$ 17.010	$ 68.040
776216	Casco para Kayak Dimarine rosado	4	$ 17.010	$ 68.040
776217	Casco para Kayak Dimarine Verde	2	$ 17.010	$ 34.020

OBS.: Datos de transferencia bancaria
Nombre: Comercial Diweb Ltda.
Banco: BCI
N.º Cuenta Corriente
60353465Rut: 76.421.739-K
E-mail: ecommerce@dimarsa.cl

TOTAL NETO	$170.100
DCTO.	$0
SUBTOTAL	$170.100
I.V.A 19%	$39.900
VALOR TOTAL	$ 210.000

Enviar comprobante de transferencia al correo ecommerce@dimarsa.cl. Cotización válida sólo en www.dimarsa.cl
Cotización exclusiva para dimarsa.cl - Válido por 7 días - Formas de pago tarjeta crédito (6 cuotas s/i), débito o transferencia.
Cotización no incluye FLETE

ATENTAMENTE
Nicolás Gallardo
TEL: (065) 229 26 70
Mail: ecommerce@dimarsa.cl

ANEXO I: COTIZACIÓN CONTENEDOR MARÍTIMO

MODULOS PATAGONIA
TRANSPORTE - VENTA - ARRIENDO

Cotización N ° 9335

19 de noviembre de 2020

MODULOS PATAGONIA SPA - 76.423.229-1

Cliente: Edmundo Ireland

RUT:

Teléfono: 9-77770356

Operación	Descripción	Especificaciones	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
VENTA	Contenedor marítimo 20 pies	ACERO DE 0,6 MM DE ESPESOR; NO APILABLE	1	1.053.000	1.053.000
		IVA 19%		247.000	247.000

Total Neto: **1.300.000**

Datos para la Orden de Compra:

Razón Social: Módulos Patagonia SpA

RUT: 76.423.229-1

Giro: Compra, venta, arriendo, reparación de Contenedores

Dirección: General Velásquez 10985, - San Bernardo, Santiago

Teléfonos: Fono: 22528 6556 – 22529 4469 – 22528 6993