UNIVERCIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARIA

SEDE VIÑA DEL MAR – JOSE MIGUEL CARRERA

Prefactibilidad Técnica y Económica para la Creación de una Productora de Eventos en la ciudad de Quillota

Trabajo de Titulación para optar al Título Profesional de Ingeniero de Ejecución en Gestión Industrial

Alumno: Bruce Gil Mercado

Profesor Guía: Cristian

2026

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIDENCIALIDAD DE MONOGRAFÍA A REPOSITORIO ACADÉMICO

1.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO ACADÉMICO

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

Título del trabajo: Prefactibilidad Técnica y Económica para la Creación de una Productora de Eventos en la ciudad de Quillota

Nombre del candidato(a): Bruce Christian Gil Mercado

Carrera / Grado: Ing. De Ejec. en Gestión Industrial

Campus: USM sede viña del mar. **Departamento:** Electrotecnia e informática

2.- VALIDACIÓN DEL PROFESOR GUÍA/DIRECTOR DE TESIS

Yo, Cristian Pavez Barrios, en mi calidad de profesor(a) guía/director(a) del trabajo académico mencionado anteriormente

DEJO CONSTANCIA que:

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

3.- EVALUACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD POR PROPIEDAD INDUSTRIAL (marcar una opción)

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

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

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

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

_____

_____

_____

4.- FIRMAS

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

Fecha: 03/11/2026. **Firma:** Cristian Pavez B.

Estudiante o Candidato(a):

Fecha: 3/11/26_____ **Firma:** _____

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

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, a mis profesores por todo lo que me han enseñado durante estos años

RESUMEN

KEYWORDS: PRODUCTORA DE EVENTOS, QUILLOTA, ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD.

El presente estudio se titula "Estudio de prefactibilidad" Técnica y Económica para la creación de una Productora de Eventos en la ciudad de Quillota. Su objetivo es ofrecer un servicio integral de producción de eventos sociales y corporativos, caracterizado por un alto estándar de creatividad, profesionalismo y un profundo conocimiento de la identidad local.

En el capítulo N°1, "Diagnóstico y metodología de evaluación", se presenta el proyecto, sus objetivos y los impactos esperados en el desarrollo económico y cultural de la ciudad.

En el capítulo N°2, "Análisis de prefactibilidad de mercado", se analiza la demanda actual y futura de eventos en Quillota, se estudia a la competencia local y se define un nicho de mercado basado en la personalización y la identidad local.

En el capítulo N°3, "Análisis de prefactibilidad Técnica", se definen los procesos operativos, los equipos y el capital humano necesario para la ejecución de los eventos, estimando una inversión inicial aproximada de 360 UF.

En el capítulo N°4, se abordan los aspectos administrativos, legales y la estructura societaria más adecuada para una empresa de eventos en Chile.

En el capítulo N°5, "Evaluación económica", se analiza la viabilidad del proyecto mediante flujos de caja utilizando indicadores como VAN, TIR y PRI para determinar la opción más rentable.

INDICE

INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN 2
1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN 3
1.1. DIAGNÓSTICO 3
1.2. Antecedentes generales y específicos del proyecto 3
1.2.1. Definición del servicio 4
IMAGEN 1.1: Robots led bailando 4
1.3. Objetivos del Proyecto 5
1.3.1. Objetivo General 5
1.3.2. Objetivos específicos 5
1.4. Antecedentes Cualitativos 6
1.4.1. Contexto de desarrollo del proyecto 6
1.4.2. Impactos relacionados con el proyecto 7
1.5. METODOLOGÍA 7
1.5.1. Definición de situación base sin proyecto 7
1.5.2. Definición de situación con proyecto 8
IMAGEN 1.2: Robots led animando fiesta club de pádel 8
1.5.3. Análisis de separabilidad 9
1.6. Método para la medición de beneficios y costos 9
1.6.1. Indicadores 10
1.6.2. Criterios de evaluación 10
1.6.3. Estructura de evaluación del proyecto 11
2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO 13
2.1. DEFINICION DEL PRODUCTO 13
IMAGEN 2.1: FOTOGRAFIA MAQUINA 360 EN FUNCIONAMIENTO 13
2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA 13
2.2.1. MERCADO POTENCIAL SOCIAL 14
2.2.2. MERCADO POTENCIAL CORPORATIVO 14
2.2.3. ESTIMACION DE LA DEMANDA ANUAL 14
2.3. Proyección de la Demanda 15
2.3.1. VARIABLES QUE AFECTAN LA DEMANDA 15
2.3.2. Estacionalidad 15

2.3.3. Situación Económica 15
2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA 15
2.4.1. Competidores Identificados en Quillota 15
2.4.2. Análisis de Precios de la Competencia 16
2.4.3. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN 17
2.5. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN (4P) 17
2.5.1. Producto/Servicio 17
2.5.2. Precio 18
2.5.3. Plaza (Distribución) 18
2.5.4. Promoción 18
2.5.5. Análisis FODA del Mercado Local 19
3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA Y OPERATIVA 21
3.1. DESCRIPCIÓN Y DEFINICIÓN DE PROCESOS 21
3.2. SELECCIÓN DE EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA 23
3.2.1. Equipamiento 24
IMAGEN 3-1: Maquina 360 en uso normal 24
3.2.2. Software y tecnologías 24
3.3. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS 25
3.4. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO 25
3.5. CONSUMOS DE ENERGÍA Y SERVICIOS BÁSICOS 25
3.6. PROGRAMAS DE TRABAJO: PERSONAL Y GASTOS ASOCIADOS 26
3.7. COSTOS DE PUESTA EN MARCHA 26
Figura: 3-2: Excel con las compras de puesta en marcha 26
4. ASPECTO LEGAL 28
4.1. Marco Legal Vigente Nacional e Internacional 28
4.2. Políticas de Desarrollo Industrial 29
4.3. Aspectos Legales del Giro del Proyecto 29
4.4. Costos Asociados al Cumplimiento de la Legislación Vigente 30
4.5. Régimen Tributario 30
4.6. Impuesto a la Renta 30
4.6.1. Mecanismo para Determinación de Gasto en Impuesto 30
4.7. Fuentes de Financiamiento 31

4.8. Marco Legal Vigente 31
4.8.1. Ajuste a las Normas 32
4.9. SEGURO COMPLEMENTARIO DE PREVENCIÓN DE ACCIDENTES 32
5. EVALUACIÓN ECONÓMICA 34
Figura: 5-1: Excel con el VAN, TIR, PRA 75% MODIF. 34
5.1. CONSIDERACIONES A UTILIZAR 34
5.1.1. Impuestos 34
Figura: 5-2: Excel con el impuesto y utilidades previas 75% MODIF. 35
5.1.2. Depreciaciones y Valor Libro 35
5.1.3. Condiciones Crediticias 35
5.1.4. Ingresos 35
Figura: 5-3: Excel con los ingresos en los 5 años 75% MODIF. 36
5.1.5. Egresos 36
Figura: 5-4: Excel con los egresos anuales 75% MODIF. 36
5.2. PROYECTO PURO (100% CAPITAL PROPIO) 37
Figura: 5-5: Excel con el flujo de caja proyecto puro. 37
Figura: 5-6: Excel con la amortización del crédito proyecto puro 38
5.3. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO DEL 50% 38
Figura: 5-7: Excel con el flujo de caja 50% MODIF. 39
5.3.1. Flujo de Caja con Financiamiento 50% 39
Figura: 5-8: Excel con la amortización del crédito 50% MODIF. 40
5.4. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO DEL 75% 40
5.5. ANALISIS DEL FLUJO DE CAJA 40
5.6. LINKOGRAFIA 44
CONCLUSIÓN 45

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación expone el plan de negocios para la creación de una productora de eventos sociales y corporativos en la ciudad de Quillota. En la actualidad, el mercado local de eventos experimenta un crecimiento sostenido; sin embargo, presenta una oferta caracterizada por la atomización e informalidad de sus proveedores. Esta situación obliga a los clientes a asumir un rol de coordinación logística que genera estrés, sobrecostos y resultados de calidad variable.

Frente a este escenario, el proyecto busca profesionalizar el rubro mediante un modelo de gestión estratégica que centralice la planificación, diseño y ejecución integral bajo la marca comercial "Happines". El valor diferenciador de esta propuesta radica en ofrecer un servicio altamente personalizado, un profundo conocimiento de la red de proveedores y locaciones locales, y una total transparencia presupuestaria.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

En este capítulo se presenta el diagnóstico situacional del mercado de eventos en Quillota y se define la metodología de evaluación que guiará el estudio de prefactibilidad, alineándose con el objetivo de diseñar un modelo de gestión estratégica viable.

1.1. DIAGNÓSTICO

El diagnóstico analiza los antecedentes que justifican la creación de una productora de eventos en la ciudad de Quillota, abordando el contexto general, los objetivos y los impactos esperados del proyecto.

En el contexto general de este proyecto el objetivo es crear momentos inolvidables que los clientes puedan atesorar de en forma de videos, fotos o experiencias las cuales no puedan olvidar, esto va de la mano con los impactos esperados en el proyecto el cual se busca también hacer conocida la empresa en creación

1.2. Antecedentes generales y específicos del proyecto

El mercado de los eventos ha experimentado un crecimiento sostenido a nivel nacional y regional, transformándose en una industria que demanda cada vez mayor especialización, creatividad y capacidad de gestión. En la ciudad de Quillota, existe una demanda servicios de eventos para ocasiones sociales (matrimonios, graduaciones, cumpleaños) y corporativas (lanzamientos, aniversarios, seminarios).

Sin embargo, la oferta local se caracteriza por la atomización e informalidad de proveedores independientes (banqueteros, DJs, cocinero), lo que obliga a los clientes a asumir un rol de

coordinación para el cual no están preparados, generando estrés, sobrecostos y resultados de calidad variable. Este escenario representa una oportunidad para un modelo de negocio que integre y profesionalice estos servicios bajo una gestión estratégica.

1.2.1. Definición del servicio

La productora ofrecerá un servicio integral de gestión de eventos, actuando como un único punto de contacto para el cliente. El servicio cubrirá desde el diseño conceptual del evento, la selección y contratación de proveedores locales (catering, iluminación, sonido, locaciones en la provincia de Quillota), hasta la producción y supervisión de todo lo necesario el día del evento.

El valor diferencial no estará en la propiedad de los activos (no será dueña de un salón ni de una flota de luces), sino en el capital intelectual: la creatividad, el conocimiento del mercado de proveedores locales y la ejecución impecable mediante procesos estandarizados (sub contratando el espacio).



IMAGEN 1.1: Robots led bailando
Fuente: Fotografía de elaboración propia

1.3. Objetivos del Proyecto

En coherencia con el diseño estratégico del proyecto, se establecen los siguientes objetivos:

1.3.1. Objetivo General

Diseñar un modelo de gestión estratégica para la creación de una productora de eventos que permita determinar la viabilidad de llevar a cabo el proyecto.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Realizar un análisis de mercado que identifique la demanda potencial, la competencia existente, las preferencias de los clientes y las condiciones del sector para la nueva productora de eventos.

2. Definir los requerimientos técnicos y operativos necesarios para la puesta en marcha de la productora, incluyendo infraestructura, equipamiento, proveedores clave y procesos de la producción de eventos.

3. Desarrollar un plan administrativo que establezca la estructura organizacional, el personal requerido y las estrategias de gestión y marketing para la futura productora.

4. Elaborar una evaluación económica y financiera que estime la inversión inicial, los costos operativos, los ingresos proyectados y los indicadores de rentabilidad (VAN, TIR, periodo de recuperación) para determinar la viabilidad del proyecto.

5. Identificar los principales riesgos y factores críticos que podrían afectar la implementación de la productora, proponiendo estrategias de mitigación basadas en el estudio de prefactibilidad.

1.4. Antecedentes Cualitativos

Se buscará información mediante entrevistas a lugares relevantes de la comuna: administradores de locaciones (viñas, centros de eventos), proveedores de servicios (banquetería, arriendo de mobiliario) y potenciales clientes corporativos (empresas agrícolas, comercio local) y sociales. El análisis cualitativo se centrará en entender la percepción de valor de un servicio integral, la disposición a pagar por él y las necesidades insatisfechas actuales tomando en cuenta también la posibilidad de descuentos y ofertas dependiendo como se desarrolle la conversación con el cliente. Se toma como referencia la identidad y el patrimonio de Quillota.

1.4.1. Contexto de desarrollo del proyecto

Contexto General: Existe una tendencia global a valorar las experiencias por sobre los bienes materiales. Las personas y empresas buscan celebrar hitos de manera única y sin preocupaciones, lo que impulsa la demanda por productoras profesionales.

Contexto Económico: La provincia de Quillota presenta una economía diversificada y estable, con un fuerte componente agrícola y un creciente sector de servicios. Esto genera un flujo constante de eventos corporativos y celebraciones (días de campo, cierres de año y cumpleaños) y una capacidad de gasto para eventos sociales.

Contexto Social: La sociedad quillotana valora las celebraciones familiares y comunitarias. Una productora local, que entienda la idiosincrasia de sus habitantes, tiene una

ventaja comparativa sobre posibles competidores foráneos, al poder ofrecer eventos con pertinencia e identidad cultural.

1.4.2. Impactos relacionados con el proyecto

Económico: Articulación de una cadena de proveedores locales, generación de empleo directo (gestores de proyecto, coordinadores) e indirecto (personal de montaje, catering).

Social: Profesionalización del rubro de eventos en la comuna, ofreciendo un servicio que reduce el estrés de los clientes y eleva la calidad de las celebraciones.

Turístico: Posicionamiento de Quillota y sus alrededores como una locación atractiva para eventos, aprovechando los centros de eventos, parcelas y el patrimonio natural, atrayendo clientes de otras comunas.

1.5. METODOLOGÍA

La metodología de evaluación se basa en la comparación de la situación actual (sin proyecto) contra la situación propuesta (con proyecto), utilizando indicadores estandarizados para medir la viabilidad.

1.5.1. Definición de situación base sin proyecto

El cliente (persona o empresa) debe cotizar y coordinar de manera independiente a cada proveedor, generalmente basándose en recomendaciones no verificadas. Esto resulta en una alta carga de trabajo administrativo para el cliente, falta de garantías contractuales, ausencia de

una visión creativa unificada para el evento y, frecuentemente, sobrecostos e imprevistos de último minuto.

1.5.2. Definición de situación con proyecto

La implementación del proyecto introduce un agente centralizador: la productora. Bajo un contrato único, el cliente recibe una propuesta creativa, un presupuesto cerrado y un cronograma detallado. La productora asume el riesgo de la coordinación de proveedores, la supervisión de la calidad y la ejecución del plan de contingencia. El resultado es un proceso fluido para el cliente y un evento de calidad garantizada.



IMAGEN 1.2: Robots led animando fiesta club de pádel

Fuente: Fotografía de elaboración propia

1.5.3. Análisis de separabilidad

Si bien el núcleo del negocio es la producción integral de eventos ("llave en mano"), se evaluará la manera de dos líneas de servicio para el mediano plazo, las cuales pueden operar de forma independiente:

1. Consultoría y Diseño de Eventos: Venta del diseño conceptual y el plan de producción, quedando la ejecución en manos del cliente o un tercero.

2. Servicio de Coordinación General: Servicio exclusivo de supervisión del montaje y día del evento para clientes que ya tienen definidos sus proveedores.

1.6. Método para la medición de beneficios y costos

Los beneficios se medirán a través de los ingresos proyectados por concepto de honorarios de producción. Se trabajará bajo dos modelos de cobro que se reflejarán en los flujos:

Un porcentaje fijo sobre el costo total de los proveedores gestionados.

Una tarifa plana por proyecto (Modelo Paquete), para eventos de menor complejidad.

Los costos se clasificarán en:

Costos Fijos: Personal administrativo y de gestión, servicios básicos, software de gestión (CRM), marketing digital mensual.

Costos por Evento (Variables Indirectos): Transporte del equipo coordinador, insumos de emergencia (kit de herramientas), comunicaciones adicionales.

1.6.1. Indicadores

Para evaluar la rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto, se utilizarán los siguientes indicadores, descontando los flujos a una tasa que refleje el costo de oportunidad y el riesgo del sector:

Valor actual neto (VAN): Permitirá conocer el valor presente de los flujos futuros del proyecto.

Tasa interna de retorno (TIR): Indicará la rentabilidad porcentual de la inversión realizada en el modelo de gestión.

Periodo de recuperación de la inversión (PRI): Determinará el tiempo necesario para que los flujos de caja positivos igualen la inversión inicial.

1.6.2. Criterios de evaluación

Los criterios para aceptar o rechazar la viabilidad del proyecto serán:

VAN: Se acepta el proyecto si es mayor o igual a cero.

TIR: Se acepta el proyecto si es mayor o igual a la tasa de descuento exigida.

PRI: Se acepta el proyecto si la inversión se recupera dentro del horizonte de evaluación (5 años).

1.6.3. Estructura de evaluación del proyecto

El estudio de prefactibilidad se estructurará de acuerdo a los objetivos específicos planteados, abordando las siguientes materias:

1. Estudio de Mercado (Objetivo Específico 1): Analizar la demanda, la competencia y las tendencias en Quillota, segmentando el mercado objetivo.

2. Estudio Técnico y Operativo (Objetivo Específico 2): Definir los procesos de producción de un evento, la red de proveedores clave y los requerimientos de infraestructura y equipamiento necesarios.

3. Estudio Administrativo y Legal (Objetivo Específico 3): Establecer la estructura organizacional, los perfiles del personal, la estrategia de marketing y los requisitos legales para operar.

4. Estudio Económico-Financiero (Objetivo Específico 4): Cuantificar la inversión, los costos y los ingresos para construir los flujos de caja y calcular los indicadores de rentabilidad.

5. Análisis de Riesgos (Objetivo Específico 5): Identificar los riesgos operacionales y de mercado, y proponer planes de mitigación que hagan sostenible el modelo de negocio.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

En este capítulo se desarrolla el primer objetivo específico del proyecto: Realizar un análisis de mercado que identifique la demanda potencial, la competencia existente, las preferencias de los clientes y las condiciones del sector para la nueva productora de eventos. Se analiza el producto, la demanda, la oferta, los precios, la localización y la estrategia de comercialización.

2.1. DEFINICION DEL PRODUCTO



IMAGEN 2.1: FOTOGRAFIA MAQUINA 360 EN FUNCIONAMIENTO

Fuente: fotografía de elaboración propia

Característica Descripción

Nombre de Fantasía: **Happines**

Tipo de Servicio: Producción integral de eventos sociales y corporativos

Segmento Objetivo: Personas entre 15 y 55 años, residentes en Quillota y comunas aledañas, y empresas con operaciones en la provincia de Quillota.

Cobertura Geográfica: Ciudad de Quillota.

Valor Diferenciador: Servicio personalizado, creatividad con identidad local, transparencia presupuestaria y ejecución impecable.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

Para estimar la demanda, se analiza el mercado potencial en Quillota, basándose en la población, el tejido empresarial y las tendencias de consumo de eventos.

2.2.1. MERCADO POTENCIAL SOCIAL

Se considera la población de la comuna de Quillota como base. Según el Censo 2024 y proyecciones, la población estimada es de 96.753 habitantes. De este total, se segmenta por grupo etario, considerando que el público objetivo para eventos sociales (matrimonios, cumpleaños, graduaciones) se concentra en el rango de 15 a 55 años, que representa aproximadamente un 67.49% de la población.

2.2.2. MERCADO POTENCIAL CORPORATIVO

Se identifican las empresas con presencia en Quillota que son potenciales demandantes de eventos corporativos (lanzamientos, aniversarios, cierres de año, seminarios). La cámara de comercio local reporta 140 empresas de tamaño mediano y grande, principalmente del sector agrícola, agroindustrial y de servicios. A esto se suman las instituciones públicas y gremios locales.

2.2.3. ESTIMACION DE LA DEMANDA ANUAL

Para cuantificar la demanda potencial, se utilizan los siguientes supuestos, basados en entrevistas con gente local:

· Eventos Sociales: Se estima que en la gran mayoría de los hogares del segmento objetivo se realiza al menos un evento social significativo al año que amerita contratar servicios externos.

· Eventos Corporativos: Se estima que el total de las empresas identificadas (2416 empresas establesidas según SII) realiza al menos un evento anual que requiere gestión profesional.

2.3. Proyección de la Demanda

Se proyecta un crecimiento anual moderado de la demanda, alineado con la recuperación post-pandemia del sector eventos y el crecimiento económico de la región de Valparaíso. Se estima un crecimiento del 148,8% anual al momento de terminar los primeros 5 años.

2.3.1. VARIABLES QUE AFECTAN LA DEMANDA

2.3.2. Estacionalidad

Existe una marcada estacionalidad. Los eventos sociales (matrimonios) se concentran entre octubre y marzo, mientras que los corporativos se aglomeran a fin de año (noviembre-diciembre) y en períodos de planificación estratégica (abril-mayo). Esta concentración debe ser gestionada con una estructura de costos flexible que permita absorber la baja demanda en meses invernales (junio-agosto).

2.3.3. Situación Económica

La demanda de eventos es elástica al ingreso. Un deterioro de la economía local, que afecte al sector agrícola (principal motor de Quillota), podría reducir el presupuesto destinado a celebraciones corporativas y sociales.

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA

2.4.1. Competidores Identificados en Quillota

Se identifican tres tipos de oferta en la comuna:

1. Productoras Locales Pequeñas: Generalmente operadas por un emprendedor (decorador, DJ o relacionador público) que arma paquetes informales. Su fuerte es el precio bajo, pero carecen de procesos estandarizados y transparencia.

2. Proveedores que ofrecen "coordinación": Banqueterías y salones de eventos que, junto con su servicio principal, ofrecen "coordinación general". Representan un conflicto de interés, ya que priorizan su propio servicio sobre la optimización para el cliente.

3. Productoras de Viña del Mar/Valparaíso: Atienden eventos en Quillota, pero con un costo adicional por traslado y un menor conocimiento del ecosistema de proveedores locales.

2.4.2. Análisis de Precios de la Competencia

- JB EVENTOS: Plataforma 360 - Cabina Fotográfica - Robot Led - Teléfono Audio Recuerdos.
- CAR EVENTOS Y MARKETING: Banquetería – Animación – Audio/Iluminación – Fotografía/Videos.
- ESTYLO LED A&R PRODUCCIONES: Robot Led – Cabezones + Bailarinas.
- 360 EVENTOS: Plataforma 360 – Audio/Iluminación
- ROBOT LED PARTY: Robot Led

2.4.3. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

La localización estratégica es la ciudad de Quillota, lo que otorga ventajas competitivas claras:

- Cercanía con el cliente: Permite reuniones presenciales ágiles y visitas a terreno sin altos costos de desplazamiento, generando confianza.
- Conocimiento de locaciones exclusivas: Acceso y relación directa con administradores de parcelas, centros de eventos rurales y salones locales, permitiendo ofrecer locaciones diferenciadas y con identidad.
- Apoyo a la economía local: La propuesta de valor se ancla en potenciar el talento y los servicios de la provincia de Quillota, un discurso atractivo para el mercado local.

La oficina de operaciones se ubicará en un espacio céntrico, siendo esta mi vivienda actual en la calle Instituto 466 Villa Paraíso de Quillota, haciendo que de esta manera se minimicen los costos fijos de arriendo en la fase inicial.

2.5. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN (4P)

2.5.1. Producto/Servicio

Servicio integral de producción de eventos. La promesa central es: "Tú lo imaginas, nosotros lo producimos". Se enfatiza la personalización, la transparencia (presupuesto abierto con 3 cotizaciones) y un servicio de postventa con encuesta de satisfacción.

2.5.2. Precio

Se utilizará un modelo de honorarios transparentes, consistente en un porcentaje fijo (10% - 15%) sobre el costo total de los proveedores gestionados. Este modelo alinea los intereses de la productora con los del cliente: optimizar el presupuesto sin sacrificar calidad.

2.5.3. Plaza (Distribución)

La promoción y captación de clientes será multicanal:

- Oficina Física: Punto de encuentro y reuniones con clientes.
- Plataforma Web: No habrá puesto que tendremos un alcance más óptimo utilizando las redes sociales
- Redes Sociales: Instagram y Facebook serán las vitrinas principales, mostrando los resultados de cada evento.
- Alianzas Estratégicas: Convenios de derivación con locaciones de Quillota, vestuaristas y tiendas de novios de la zona.

2.5.4. Promoción

La estrategia de marketing se basará en:

- Marketing de Contenidos: Mostrar la experticia a través de consejos, checklists para novios y tendencias en eventos.
- Presencia en Ferias Locales: Participación en exposiciones de novios y eventos corporativos que se realicen en la provincia de Quillota (intentar dar difusión en la expo Quillota).
- Programa de Referidos: Descuentos o beneficios para clientes que refieran nuevos proyectos.

2.5.5. Análisis FODA del Mercado Local

- Fortalezas: Conocimiento profundo del mercado de Quillota, red de contactos con proveedores locales, estructura de costos flexibles y enfoque en la transparencia.
- Debilidades: Marca nueva sin reputación previa, capital de trabajo limitado para afrontar la estacionalidad.
- Oportunidades: Reactivación post-pandemia del sector eventos, inexistencia de un actor formal e independiente que sea referente en Quillota, auge de las locaciones rurales y viñas como sedes de eventos.
- Amenazas: Ingreso de competidores de ciudades cercanas, alza de precios de proveedores, condiciones climáticas adversas para eventos al aire libre.

CAPITULO 3: ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD TECNICA Y OPERATIVA

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA Y OPERATIVA

En este capítulo se describen los procesos operativos, los recursos físicos y humanos, la tecnología necesaria y la inversión inicial requerida para poner en marcha la productora de eventos. Todo se dimensiona para operar en la ciudad de Quillota, con una estructura liviana pero de alta eficiencia.

3.1. DESCRIPCIÓN Y DEFINICIÓN DE PROCESOS

Se define un proceso de producción de eventos estandarizado en siete etapas, desde la captación del cliente hasta el cierre post-evento:

A. Captación y Venta Inicial

El potencial cliente contacta a la productora (vía redes sociales o recomendación). Se agenda una reunión (presencial en Quillota o video llamada) para escuchar sus necesidades, tipo de evento, presupuesto estimado y expectativas.

B. Diseño Conceptual y Propuesta

El equipo creativo elabora una propuesta de diseño que incluye: concepto temático, moodboard (tablero de representación para el proyecto) de inspiración, sugerencia de locaciones en Quillota (centro de eventos ¨EL HUESO¨) y una estimación de costos preliminar basada en un presupuesto ¨abierto¨ (desglosado por partidas). La propuesta se presenta al

cliente en una segunda reunión en la que se terminan de analizar los detalles puntuales para la celebración.

C. Cierre de Contrato y Planificación

Con la propuesta aprobada, se firma un contrato de prestación de servicios. Se procede a la planificación detallada:

- Selección y cotización con al menos tres proveedores locales por cada rubro (banquetearía, coctelería, iluminación, sonido, dj, mobiliario, etc.).
- Creación de una carta de planificacion maestra con las tareas, responsables y plazos hasta el día del evento.
- Gestión de permisos municipales si la locación o actividad lo requiere (permisos de alcohol y de amplificación).

D. Coordinación (Pre-evento)

Una semana antes, el Coordinador de Producción sostiene una reunión de alineamiento con el proveedor confirmado para revisar horarios, protocolos de ingreso a la locación y requerimientos técnicos. Se realiza una visita técnica final a la locación junto al cliente o su representante para verificar accesos, instalaciones eléctricas y baños.

E. Ejecución (Día del Evento)

El equipo de producción llega con anticipación al lugar. El Coordinador dirige el montaje según la planificación previamente ajustada, verificando que cada proveedor cumpla en tiempo y forma. Se supervisa la estética y se resuelven posibles imprevistos que puedan pasar. Se utiliza WhatsApp para contactar de manera más ágil.

F. Desmontaje y Cierre

Finalizado el evento, se coordina el retiro ordenado de la maquinaria utilizada. La productora entrega la locación en las mismas condiciones en que la recibió. Se realiza el pago final a proveedores, previamente acordado.

G. Postventa y Fidelización

Dentro de las 48 horas siguientes, se envía al cliente una encuesta de satisfacción digital y se crea un video con las diferentes fotos y los videos tomadas en la celebración y se sube a las redes sociales de la productora para conseguir visibilidad. Se solicita autorización para usar imágenes y videos en las redes sociales de la productora.

3.2. SELECCIÓN DE EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA

La operación requiere una inversión ligera en activos fijos, principalmente equipamiento de oficina y tecnología para la gestión de proyectos.

3.2.1. Equipamiento

1 Notebook estándar

1 Impresora multifuncional

1 Escritorio

2 Sillas

1 Celular

1 Kit de emergencias para eventos

1 Vehículo (camión de carga)

1 Maquina 360*

1 Robot led

4 Luces

1 Máquina de burbujas y humo

4 Separadores tipo emperador

2 Alfombra de entrada



IMAGEN 3-1: Maquina 360 en uso normal
Fuente: foto de celebración en centro de eventos `el Hueso`

3.2.2. Software y tecnologías

Se utilizaran tecnologías de gestión tales como Excel y diferentes tipos de opciones de edición de videos y fotografías tales como Capcut ($20.000 mensual) al mismo tiempo tenemos que utilizar una subscripcion mensual para la utilización de la plataforma 360 ($20.000 mensual).

3.3. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS

A partir del año tres se implementaran 1 robot led ($500.000) y se agrega una segunda maquina llamada ¨photobooth¨ ($650.000) junto con su inflable luminoso ($540.000) y la correspondiente suscripción de la aplicación ($20.000 mensual).

3.4. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO

La estructura operativa de la productora presenta una flexibilidad media. Puesto que se poseen equipos propios de alto valor y volumen, como la cámara 360° y un set de iluminación escénica, los cuales requieren ser transportados en una camioneta hasta la locación del evento.

El rendimiento máximo de la productora con el equipamiento actual y el equipo base de trabajo se establece en 1 evento diario. Esta capacidad está determinada por la disponibilidad de los equipos principales (cámara 360, set de luces) y la necesidad del equipo coordinador de estar presente in situ supervisando el montaje, la ejecución y el desmontaje, el cual puede extenderse por toda la jornada.

Para aumentar la capacidad productiva en temporada alta (primavera-verano), sería necesario duplicar el set de equipos principales y contratar un segundo equipo de coordinación, inversión que se evaluará a partir del tercer año de operación según la demanda real observada.

3.5. CONSUMOS DE ENERGÍA Y SERVICIOS BÁSICOS

El consumo de servicios básicos es bajo y corresponde exclusivamente a la operación de la oficina administrativa. El costo de electricidad y agua se encuentra incluido dentro del lugar de arriendo contratado en Quillota, por lo que no se considera un gasto independiente.

3.6. PROGRAMAS DE TRABAJO: PERSONAL Y GASTOS ASOCIADOS

El modelo de contratación del personal operativo se basa en la flexibilidad y la externalización de personal, lo que permite alinear los costos directamente con la ejecución de cada evento.

Los trabajadores son contratados por evento y reciben su pago mediante boleta de honorarios, con una tarifa fija diaria de $25.000 (pesos chilenos). Este monto corresponde al pago líquido, el 10% por boleta de honorarios es pagado por la empresa (10% por boleta de honorarios)

3.7. COSTOS DE PUESTA EN MARCHA

compras año 1		
vehiculo	$	245
robot led	$	12
luces (4)	$	10
maquina burbujas y humo	$	1
separadores (4)	$	15
alfombras	$	0
maquina 360	$	39
notebook	$	12
impresora	$	7
escritorio	$	4
sillas	$	2
celular	$	10
kit de emergencias	$	1
app 360	$	0
	$	360

Figura: 3-2: Excel con las compras de puesta en marcha

Fuente: Excel de elaboración propia

CAPITULO 4: ASPECTO LEGAL

4. ASPECTO LEGAL

En esta sección se analizan las exigencias legales que impactan directamente la operación de una productora de eventos, con especial énfasis en las normativas que rigen el uso de espacios para celebraciones y la prevención de riesgos.

4.1. Marco Legal Vigente Nacional e Internacional

- Código Civil y Código de Comercio: Para contratos con clientes y proveedores.
- Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores: Exige transparencia en la información de precios, servicios contratados y condiciones de cancelación. Se implementará un contrato de prestación de servicios detallado que proteja a ambas partes.
- Ley N° 19.925 sobre Expendio y Consumo de Bebidas Alcohólicas (Ley de Alcoholes): Crucial para eventos donde se sirva alcohol. Si la productora contrata un servicio de banquetería con suministro de alcohol, el proveedor debe contar con patente de alcoholes vigente. Si el evento es en una locación privada sin patente, se debe gestionar un permiso de consumo eventual de alcohol ante la Municipalidad de Quillota, con al menos 15 días hábiles de anticipación, adjuntando la autorización del propietario del recinto y el pago de los derechos correspondientes.
- Ordenanza Municipal de Ruidos de Quillota: Regula los niveles máximos de decibeles permitidos según horario y zona. Se deberá cumplir estrictamente, especialmente en eventos al aire libre, coordinando con los proveedores de sonido e iluminación. El no cumplimiento puede acarrear multas y la suspensión del evento.
- Ley N° 20.123 sobre Subcontratación: Aunque la productora subcontrata servicios, se deben verificar las obligaciones laborales y previsionales de los proveedores.

4.2. Políticas de Desarrollo Industrial

No existen políticas específicas de fomento a la industria de eventos en Quillota, pero se puede acceder a programas de apoyo a emprendimientos de SERCOTEC o CORFO a nivel regional, lo cual será evaluado como fuente complementaria de financiamiento inicial o para capacitación.

4.3. Aspectos Legales del Giro del Proyecto

El giro principal de la empresa será: "Servicios de producción de eventos", ante el SII. Los trámites legales para la puesta en marcha incluyen:

- Constitución de sociedad (SpA).
- Iniciación de actividades ante SII, acogiéndose al régimen Pro Pyme General.
- Obtención de Patente Municipal en Quillota (patente comercial o profesional, según clasificación de la actividad por el municipio). La patente requiere certificado de zonificación que acredite que la oficina opera en un área permitida.
- Registro de marca comercial en INAPI para protección del nombre de fantasía.
- Contratación del seguro obligatorio de responsabilidad civil

4.4. Costos Asociados al Cumplimiento de la Legislación Vigente

Incluyen los gastos notariales de constitución, registro en conservador, patente municipal inicial, inscripción de marca y la contratación del seguro. Estos costos se detallaron en la tabla de puesta en marcha

4.5. Régimen Tributario

Este régimen permite a las Pymes llevar una contabilidad simplificada, declarar impuestos en base a los ingresos percibidos (caja) y acceder a una tasa reducida de impuesto de Primera Categoría. Los requisitos se cumplen: los ingresos brutos anuales no superarán las 75.000 UF y el capital efectivo inicial está muy por debajo de las 85.000 UF.

4.6. Impuesto a la Renta

La tasa de impuesto de Primera Categoría para el régimen Pro Pyme General es del 12,5% sobre la renta líquida imponible (según legislación actualizada). Este impuesto se paga anualmente en abril. Los dueños tributarán con sus impuestos personales (Global Complementario o Adicional) sobre los retiros o dividendos, con derecho a crédito por el impuesto pagado por la empresa.

4.6.1. Mecanismo para Determinación de Gasto en Impuesto

· IVA (Impuesto al Valor Agregado): Los servicios de producción de eventos están gravados con IVA (19%). La productora debe recargar el IVA en sus boletas de honorarios de producción, declarar y pagar mensualmente la diferencia entre el débito fiscal (IVA de sus ventas) y el

crédito fiscal (IVA de sus compras: arriendo, insumos, servicios de proveedores que sean contribuyentes).

4.7. Fuentes de Financiamiento

Para cubrir la inversión inicial, se evaluarán dos alternativas:

1. Aporte de Capital Propio: Los socios aportan el 100%.

2. Financiamiento Mixto (Crédito Banco): Se solicita un crédito a 5 años por un monto equivalente al 50% o 75% de la inversión inicial. Se cotizará en Banco Estado Microempresas y Banco de Chile, buscando la tasa más baja.

4.8. Marco Legal Vigente

- Ley N° 19.300 sobre Bases Generales del Medio Ambiente: Establece la obligación de prevenir la contaminación.
- Ordenanza Municipal de Aseo y Ornato de Quillota: Rige la disposición de basura en espacios públicos y privados. Se deberá contratar un servicio de retiro de basura después de cada evento, o coordinar con la locación para que los residuos sean llevados a un vertedero autorizado.
- Decreto Supremo N° 148 (Residuos Peligrosos): No aplica en gran medida, salvo que se utilicen baterías de litio desechables para iluminación autónoma o productos químicos para efectos especiales. En ese caso, se dispondrán según norma.

4.8.1. Ajuste a las Normas

Se implementará un Plan de Manejo de Residuos por Evento, que contempla:

- Instalación de puntos limpios con separación de residuos (vidrio, cartón, orgánicos).
- Contrato con reciclador de base o empresa de gestión de residuos para retiro y disposición final.
- En locaciones naturales, se dejará un depósito de garantía reembolsable al completar la limpieza total.

4.9. SEGURO COMPLEMENTARIO DE PREVENCIÓN DE ACCIDENTES

Dado que la productora desarrolla actividades que implican montaje de estructuras temporales, manipulación de equipos eléctricos y presencia de público, se contratará un seguro de responsabilidad civil extracontractual que cubra daños a terceros, ya sean clientes, invitados o proveedores. La cobertura incluirá:

- Daños personales y materiales ocurridos durante el montaje, la realización y el desmontaje del evento.
- Responsabilidad civil por productos (ej., intoxicación alimentaria si se subcontrata banquetería, aunque el seguro del banquetero es el principal, la productora se cubre ante una demanda solidaria).
- Cobertura de accidentes de los trabajadores independientes con boleta de honorarios que no cuenten con su propio seguro de accidentes personales, garantizando así la protección de todo el equipo presente en el lugar del evento.

CAPITULO 5: EVALUACION ECONOMICA

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

En este capítulo se realiza la evaluación económica del proyecto de creación de una productora de eventos en Quillota. Se construyen tres escenarios de flujo de caja (puro, con financiamiento al 50% y al 75%), se calculan los indicadores VAN, TIR y PRI, y se efectúa un análisis de sensibilidad sobre las variables críticas del negocio.

TMAR (SE DEBE CALCULAR CON METODO CAPM)		11,19%
VAN		400
TIR		91%
PRA		AÑO 2

Figura: 5-1: Excel con el VAN, TIR, PRA 75% MODIF.
Fuente: Excel de elaboración propia

5.1. CONSIDERACIONES A UTILIZAR

5.1.1. Impuestos

La empresa se acoge al Régimen Pro Pyme General, con una tasa de Impuesto de Primera Categoría del 12,5% sobre la renta líquida imponible, la cual se aplica de forma constante durante los 10 años de horizonte de evaluación. Adicionalmente, los servicios de producción de eventos se encuentran gravados con IVA (19%), cuyo efecto es mensualmente entre débito y crédito fiscal, por lo que no afecta directamente los flujos de caja del proyecto.

(=) Utilidad antes de impuestos		133	152	173	195	204
(-) Impuestos		-17	-19	-22	-24	-25

Figura: 5-2: Excel con el impuesto y utilidades previas 75% MODIF.

Fuente: Excel de elaboración propia

5.1.2. Depreciaciones y Valor Libro

La depreciación de los activos se calcula en base a la vida útil establecida por el Servicio de Impuestos Internos (SII) para cada tipo de bien. Se utiliza depreciación lineal, salvo que la ley permita acelerada, pero por simplicidad y consistencia con el régimen Pro Pyme se usa la convencional.

5.1.3. Condiciones Crediticias

Para los escenarios con financiamiento externo, se considera un crédito a 5 años, con cuotas fijas. Las condiciones de referencia son las ofrecidas por el Banco Security para empresas Pyme: tasa de interés anual del 11,64%. El monto a financiar corresponde al 50% o 75% de la inversión inicial total.

5.1.4. Ingresos

Los ingresos de la productora provienen exclusivamente de los honorarios de producción cobrados a los clientes. Estos costos se calculan con un 40% del costo total de los proveedores gestionados (banquetería, locación, iluminación, sonido, etc.).ç

26/07/2026 UF = 40844,79		Eventos al año	8			
		nota	se incrementan ingresos un 5% y costos un 6% anual. Debido a fluctuaciones del mercado.			
Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		588	617	648	680	714

Figura: 5-3: Excel con los ingresos en los 5 años 75% MODIF.

Fuente: Excel de elaboración propia

5.1.5. Egresos

Los egresos del proyecto se clasifican en costos fijos anuales (independientes del número de eventos) y costos variables por evento (directamente asociados a la producción).

Gastos de personal		
DJ (1).	$	2
Cocina (3)	$	4
Banqueteria (4)	$	4
Trabajadores 360 (2)	$	1
Robot led (2)	$	1
	$	12
Gasto por evento		
alimentacion general	$	10
tragos no alcoholicos	$	1
Tragos alcoholicos	$	5
Extras	$	1
	$	17

costo del loca
14,689756

$	29	Capital de trabajo (2 eventos)
		$ 59

Figura: 5-4: Excel con los egresos anuales 75% MODIF.

Fuente: Excel de elaboración propia

5.2. PROYECTO PURO (100% CAPITAL PROPIO)

En este escenario, la inversión inicial es financiada completamente por los socios. No hay deuda, por lo que el flujo de caja no incluye intereses ni amortizaciones.

Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		588	617	648	680	714
(-) Egresos		-353	-374	-396	-420	-445
(=) Margen		235	243	252	260	269
(-) Depreciación		-66	-66	-66	-66	-66
(+) Valor Residual		0	0	0	0	0
(-) Valor Libro		0	0	0	0	0
(-) Intereses L.P.		0	0	0	0	0
(-) Intereses C.P.						
(=) Utilidad antes de impuestos		169	178	186	195	204
(-) Impuestos		-21	-22	-23	-24	-25
(=) Utilidad después de Impuestos		148	155	163	170	178
(+) Depreciación		66	66	66	66	66
(-) Inversiones	-360	0	0	-78	0	
(+) Valor Libro		0	0	0	0	0
(+) Créditos L.P.		0	0	0	0	0
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		0	0	0	0	0
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital de trabajo	-59	0	0	0	0	59
(=) Flujo de Caja	-418	214	221	151	236	302
(=)FC Actualizado	-418	192	179	110	154	178
(=)FC Acumulado	-418	-226	-47	62	217	395

Figura: 5-5: Excel con el flujo de caja proyecto puro.

Fuente: Excel de elaboración propia

TMAR (SE DEBE CALCULAR CON METODO	EJEMPLO	11,19%
VAN		395
TIR		43%
PRA		AÑO 3

Cuadro de amortización de crédito solicitado

Monto crédito =		0			
Tasa anual(%) =		11,64			
Cuota =		0			
nro. Cuota	K original	Interés	Cuota	Amortización	K final
1	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0
		0	0	0	

Figura: 5-6: Excel con la amortización del crédito proyecto puro

Fuente: Excel de elaboración propia

5.3. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO DEL 50%

El 50% de la inversión inicial se financia con un crédito bancario a 5 años. El monto del préstamo asciende a 209 UF (50% de la inversión total).

Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		588	617	648	680	714
(-) Egresos		-353	-374	-396	-420	-445
(=) Margen		235	243	252	260	269
(-) Depreciación		-66	-66	-66	-66	-66
(+) Valor Residual		0	0	0	0	0
(-) Valor Libro		0	0	0	0	0
(-) Intereses L.P.		-24	-17	-9	0	0
(-) Intereses C.P.						
(=) Utilidad antes de impuestos		145	161	177	195	204
(-) Impuestos		-18	-20	-22	-24	-25
(=) Utilidad después de Impuestos		127	140	155	170	178
(+) Depreciación		66	66	66	66	66
(-) Inversiones	-360	0	0	-78	0	
(+) Valor Libro		0	0	0	0	0
(+) Créditos L.P.	209	0	0	0	0	0
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		-62	-69	-78	0	0
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital de trabajo	-59	0	0	0	0	59
(=) Flujo de Caja	-209	130	137	65	236	302
(=)FC Actualizado	-209	117	111	47	154	178
(=)FC Acumulado	-209	-92	19	66	220	398

Figura: 5-7: Excel con el flujo de caja 50% MODIF.

Fuente: Excel de elaboración propia

5.3.1. Flujo de Caja con Financiamiento 50%

El flujo se construye similar al puro, pero deduciendo el pago de la cuota del crédito (interés + amortización). El ahorro tributario por intereses se refleja en el menor impuesto

TMAR (SE DEBE CALCULAR CON METODO	EJEMPLO	11,19%
VAN		398
TIR		62%
PRA		AÑO 2

Cuadro de amortización de crédito solicitado

Monto crédito	=	209
Tasa anual(%)	=	11,64
Cuota	=	87

nro. Cuota	K original	Interés	Cuota	Amortización	K final
1	209	24	87	62	147
2	147	17	87	69	78
3	78	9	87	78	0
4	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0
		50	260	209	

Figura: 5-8: Excel con la amortización del crédito 50% MODIF.

Fuente: Excel de elaboración propia

5.4. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO DEL 75%

Similar al anterior, pero el crédito cubre el 75% de la inversión inicial. El monto solicitado es de 314 UF.

5.5. ANALISIS DEL FLUJO DE CAJA

Todas las explicaciones dadas anteriormente son explicadas de mejor manera viendo de manera detallada el siguiente flujo de caja

Flujo de caja (Excel)

75% MODIF.

Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		588	617	648	680	714
(-) Egresos		-353	-374	-396	-420	-445
(=) Margen		235	243	252	260	269
(-) Depreciación		-66	-66	-66	-66	-66
(+) Valor Residual		0	0	0	0	0
(-) Valor Libro		0	0	0	0	0
(-) Intereses L.P.		-37	-26	-14	0	0
(-) Intereses C.P.						
(=) Utilidad antes de impu		133	152	173	195	204
(-) Impuestos		-17	-19	-22	-24	-25
(=) Utilidad después de Im		116	133	151	170	178
(+) Depreciación		66	66	66	66	66
(-) Inversion	-359,65	0	0	-78	0	
(+) Valor Libro		0	0	0	0	0
(+) Créditos I	313,81	0	0	0	0	0
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de cré		-93	-104	-116	0	0
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital	-58,76	0	0	0	0	59
(=) Flujo de	-105	89	94	22	236	302
(=)FC Actual	-105	80	76	16	154	178
(=)FC Acumu	-105	-25	51	68	222	400

TMAR	11,19%
VAN	400
TIR	91%
PRA	AÑO 2

Cuadro de amortización de crédito solicitado

Monto crédito	=	314
Tasa anual(%)	=	11,64
Cuota	=	130

nro. Cuota	K original	Interés	Cuota
1	314	37	130
2	220	26	130
3	116	14	130
4	0	0	0
5	0	0	0

Fuente: Excel de elaboración propia

50% MODIF

Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		588	617	648	680	714
(-) Egresos		-353	-374	-396	-420	-445
(=) Margen		235	243	252	260	269
(-) Depreciación		-66	-66	-66	-66	-66
(+) Valor Residual		0	0	0	0	0
(-) Valor Libro		0	0	0	0	0
(-) Intereses L.P.		-24	-17	-9	0	0
(-) Intereses C.P.						
(=) Utilidad antes de impu		145	161	177	195	204
(-) Impuestos		-18	-20	-22	-24	-25
(=) Utilidad después de Im		127	140	155	170	178
(+) Depreciación		66	66	66	66	66
(-) Inversion	-360	0	0	-78	0	
(+) Valor Libro		0	0	0	0	0
(+) Créditos l	209	0	0	0	0	0
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de cré		-62	-69	-78	0	0
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital	-59	0	0	0	0	59
(=) Flujo de	-209	130	137	65	236	302
(=)FC Actual	-209	117	111	47	154	178
(=)FC Acumu	-209	-92	19	66	220	398

TMAR		11,19%
VAN		398
TIR		62%
PRA		AÑO 2

Cuadro de amortización de crédito solicitado			
Monto crédito	=	209	
Tasa anual(%)	=	11,64	
Cuota	=	87	
nro. Cuota	**K original**	**Interés**	**Cuota**
1	209	24	87
2	147	17	87
3	78	9	87
4	0	0	0
5	0	0	0
		50	260

Fuente: Excel de elaboración propia

PROYECTO PURO

Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		588	617	648	680	714
(-) Egresos		-353	-374	-396	-420	-445
(=) Margen		235	243	252	260	269
(-) Depreciación		-66	-66	-66	-66	-66
(+) Valor Residual		0	0	0	0	0
(-) Valor Libro		0	0	0	0	0
(-) Intereses L.P.		0	0	0	0	0
(-) Intereses C.P.						
(=) Utilidad antes de impu		169	178	186	195	204
(-) Impuestos		-21	-22	-23	-24	-25
(=) Utilidad después de Im		148	155	163	170	178
(+) Depreciación		66	66	66	66	66
(-) Inversion	-359,65	0	0	-78	0	
(+) Valor Libro		0	0	0	0	0
(+) Créditos L.P.		0	0	0	0	0
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de cré		0	0	0	0	0
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital	-58,76	0	0	0	0	59
(=) Flujo de	-418,41	214	221	151	236	302
(=)FC Actual	-418,41	192	179	110	154	178
(=)FC Acumu	-418,41	-226	-47	62	217	395

TMAR		11,19%
VAN		395
TIR		43%
PRA		AÑO 3

Cuadro de amortización de crédito solicitado			
Monto crédito =		0	
Tasa anual(%) =		11,64	
Cuota =		0	
nro. Cuota	**K original**	**Interés**	**Cuota**
1	0	0	0
2	0	0	0
3	0	0	0
4	0	0	0
5	0	0	0
		0	0

Fuente: Excel de elaboración propia

5.6. LINKOGRAFIA

Censo 2024. (s.f.). Censo 2024. https://censo2024.ine.gob.cl/

¿Cómo se financia el seguro de accidentes y enfermedades profesionales? (s.f.). DT - Consultas. https://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-95301.html

Queplan.cl. (s.f.). https://queplan.cl/QP-Blog/Seguros-Empresas/Seguros-de-accidentes-personales-colectivos

Sala de la Cámara aprueba proyecto de simplificación regulatoria y promoción económica y lo despacha al Senado. (2025, 5 marzo). https://www.hacienda.cl/noticias-y-eventos/noticias/sala-de-la-camara-aprueba-proyecto-de-simplificacion-regulatoria-y-promocion

Seguro de Accidentes Personales para Empresas Falabella. (s.f.). https://www.segurosfalabella.com/cl/seguros-para-empresas/accidentes-personales

SII | Servicio de Impuestos Internos. (s.f.). https://homer.sii.cl/

SODIMAC. (s.f.). *Sodimac - Homecenter: ¡La casa está de fiesta!* https://www.sodimac.cl/sodimac-cl

Virtual, O. (2026, 4 mayo). Tasa de Impuesto a las Pymes en Chile 2026: Cuánto Paga tu Empresa. *Oficina Virtual*. https://www.oficinavirtual.cl/blog/2026/4/27/tasa-impuesto-pyme-chile

CONCLUSIÓN

Podemos decir en conclusión que pudimos aprender sobre la pre factibilidad de un proyecto como este, analizamos las ganancias, los egresos, incluyendo todos los datos necesarios investigados para analizar la pre factibilidad de una productora de eventos.

También entendimos y desarrollamos un flujo de caja necesario para el análisis de este proyecto buscamos y encontramos diferentes ventajas y desventajas del rubro de producción de eventos, calculamos las diferentes elementos tales como el VAN, el PRI y la TIR para saber qué tan rentable es crear una productora de eventos en Quillota.

Concluyendo, este proyecto está sujeto a cambios y modificaciones de cualquier tipo, con el fin de dar cabida a la más mínima mejora, ya que siempre se presentarán un abanico de ideas sobre optimización de procesos.